CLARA BUEDO

HISTORIA DEL PERFUME

Relatos olfativos del pasado

Prólogo de
Marina Barcenilla

CATARATA

Table of Contents

PRÓLOGO, por Marina Barcenilla
INTRODUCCIÓN. ENTRE EL OLOR, EL HEDOR Y EL DESODOR. LA TRICOTOMÍA OLFATIVA HISTÓRICA
CAPÍTULO 1. EN EL NOMBRE DE DIOS
Lo que el viento se llevó. Inciensos y sahumerios
El arte de la unción: la mujer del cáliz de alabastro y las portadoras de mirra
Merhet: los siete aceites sagrados egipcios
CAPÍTULO 2. LA ANTIGÜEDAD FRAGANTE
Egipto. Entre el Eros y el Tánatos
La dualidad olfativa griega: los placeres de Afrodita y los misterios eleusinos
Roma. De los fragrantes ungüentarii a las lúdicas termae
CAPÍTULO 3. EL IMPERIO DEL INCIENSO
China: el reino ígneo
Japón: del kumiko al fusego
India: el mundo perfumado de brahmanes y maharajás
CAPÍTULO 4. LOS MIL Y UN PERFUMES
Arabia Felix, la tierra de los aromas
Islam: un paraíso almizclado
Imperio otomano, entre odaliscas y eunucos
Efluvios medievales
A la ‘conquista’ de nuevos exóticos
CAPÍTULO 5. LAS ORNAMENTADAS CORTES PERFUMADAS
Acqua della Regina al gusto de Catalina (de Médici)
Entre olores y hedores, la realidad olfativa de Versalles
De los polvos mil flores al Bouquet du Trianon, la algarabía floral de María Antonieta
CAPÍTULO 6. LA REVOLUCIÓN SINTÉTICA
La alegoría del olor en el recato victoriano
‘Floriografía’, un simbólico lenguaje olfativo

Violeta y almizcle, la dicotomía olfativa de la moralidad
CAPÍTULO 7. FRAGANCIAS DE ALTA COSTURA
Primeros perfumes ‘de autor’: de Poiret a Dior pasando por Coco
Del ‘listo para usar’ al selectivo niche
BIBLIOGRAFÍA
NOTAS
FOTOS

Índice

PRÓLOGO, por Marina Barcenilla
INTRODUCCIÓN. ENTRE EL OLOR, EL HEDOR Y EL DESODOR. LA TRICOTOMÍA OLFATIVA HISTÓRICA
CAPÍTULO 1. EN EL NOMBRE DE DIOS
Lo que el viento se llevó. Inciensos y sahumerios
El arte de la unción: la mujer del cáliz de alabastro y las portadoras de mirra
Merhet: los siete aceites sagrados egipcios
CAPÍTULO 2. LA ANTIGÜEDAD FRAGANTE
Egipto. Entre el Eros y el Tánatos
La dualidad olfativa griega: los placeres de Afrodita y los misterios eleusinos
Roma. De los fragrantes ungüentarii a las lúdicas termae
CAPÍTULO 3. EL IMPERIO DEL INCIENSO
China: el reino ígneo
Japón: del kumiko al fusego
India: el mundo perfumado de brahmanes y maharajás
CAPÍTULO 4. LOS MIL Y UN PERFUMES
Arabia Felix, la tierra de los aromas
Islam: un paraíso almizclado
Imperio otomano, entre odaliscas y eunucos
Efluvios medievales
A la ‘conquista’ de nuevos exóticos
CAPÍTULO 5. LAS ORNAMENTADAS CORTES PERFUMADAS
Acqua della Regina al gusto de Catalina (de Médici)
Entre olores y hedores, la realidad olfativa de Versalles
De los polvos mil flores al Bouquet du Trianon, la algarabía floral de María Antonieta
CAPÍTULO 6. LA REVOLUCIÓN SINTÉTICA
La alegoría del olor en el recato victoriano
‘Floriografía’, un simbólico lenguaje olfativo
Violeta y almizcle, la dicotomía olfativa de la moralidad
CAPÍTULO 7. FRAGANCIAS DE ALTA COSTURA
Primeros perfumes ‘de autor’: de Poiret a Dior pasando por Coco
Del ‘listo para usar’ al selectivo niche
BIBLIOGRAFÍA

NOTAS
FOTOS

Clara Buedo

Periodista de belleza, versada en perfumes, lleva 19 años en el sector. Comenzó con contenidos digitales sobre moda y belleza en la era incipiente de los blogs. Dirigió el Colegio de Empresa y Moda del Instituto Superior de Arte I|Art, donde creó varios cursos, como "Arte y Moda, un repaso a la evolución del vestir desde el prisma del arte". Ha sido directora de Belleza de destacadas cabeceras, como Harper's Bazaar y L'Officiel, y ha colaborado con numerosos medios como Esquire, Forbes, S Moda, El País o Vanity Fair. En la actualidad dirige su propia web de belleza, Beauty Matters. Es miembro del jurado de la Prensa de los Premios Academia del Perfume.

Clara Buedo

Historia del perfume

Relatos olfativos del pasado

Diseño de cubierta: MARTA GARCÍA IMAGEN DE portada: Fumée d'ambre gris, de John Singer Sargent (1880) Prólogo de Marina Barcenilla © Clara Buedo, 2024
© Los libros de la Catarata, 2024
Fuencarral, 70

28004 Madrid

Tel. 91 532 20 77
www.catarata.org
Historia del perfume.
Relatos olfativos del pasado
isbne: 978-84-1352-989-9
ISBN: 978-84-1352-946-2
DEPÓSITO LEGAL: M-5860-2024
thema: nhtb/jbcc2
este libro ha sido editado para ser distribuido. La intención de los editores es que sea utilizado lo más ampliamente posible, que sean adquiridos originales para permitir la edición de otros nuevos y que, de reproducir partes, se haga constar el título y la autoría.

A la Academia del Perfume, por su plausible labor promoviendo la cultura del perfume; y a Cristina de Catalina, por transmitirme su ilusión y cariño.
A Carlos Rodríguez Seoane, porque siempre quiso que escribiese un libro.
A Uge Rubio, el yang de mi yin, mi *axis mundi*, por su inmenso amor y su apoyo incondicional, por apostar por todas mis locuras y peor aún: secundarlas.

Prólogo

Si exploramos el perfume como algo más que un mero accesorio, un simple adorno a merced de las modas que van y vienen, o un elixir milagroso que nos hace sentir mejor, descubriremos que también es un recuerdo, o muchos. Su evocación tiende un puente entre el pasado, el presente y el futuro. El perfume es patrimonio cultural. En el etéreo mundo de las fragancias, donde lo invisible se entrelaza con los sentidos, su intrincado tapiz nos sumerge en un reino donde el arte, la ciencia, la cultura y el profundo deseo humano de autoexpresión, convergen. El perfume, del latín *per fumum*, 'a través del humo', tiene un linaje que se remonta milenios. Su fragante estela se despliega a lo largo de terruños y civilizaciones, reflejando la evolución de la humanidad misma. Desde la antigua mística de los siete aceites sagrados egipcios hasta las codiciadas especias de la Ruta de la Seda (desde China hasta el resto del sudeste asiático llegando a las costas mediterráneas y africanas), esas vetustas esencias han sido testigos del devenir de los tiempos. Han sido fieles compañeras de las élites poderosas y lenitivo de las clases humildes; un símbolo de estatus y de devoción religiosa; una expresión de amor y de tristeza, siempre trascendiendo el tiempo, la geografía y las fronteras sociales.

A medida que nos sumergimos en los anales de la fragancia, nos encontramos con los alquimistas de la Edad Media que aspiraban a destilar la esencia de la naturaleza y asirla en elixires y tinturas que combinaban fragancia, medicina y magia. Sus experimentos establecieron las bases para el arte y la ciencia de la perfumería moderna. El Renacimiento inauguró un periodo de refinamiento en el que Europa enloqueció con las fragancias. Las cortes reales se convirtieron en mecenas de los perfumistas y la creación de fragancias personales se convirtió en una forma de arte. En los siglos XVIII y XIX, la industria del perfume floreció con la llegada de técnicas modernas, el cultivo de campos de flores en Grasse y el nacimiento de casas de perfume icónicas, que se convertirían en sinónimo de elegancia y sofisticación.

En el siglo XX, la creación de moléculas de síntesis expandió la paleta del perfumista, ofreciendo una variedad interminable de posibilidades y dando

paso a nuevas familias olfativas. Las últimas décadas del XX fueron testigo de un nuevo desafío: la búsqueda de autenticidad e individualidad a través de una perfumería más atrevida y vanguardista, y la inclusión de voces de diversas culturas y novedosas perspectivas. En estos momentos, nos encontramos inmersos en una nueva era que presta especial atención a la sostenibilidad y al uso ético de los recursos naturales. Cartón y vidrio reciclados, perfumes recargables, plantaciones sostenibles y nuevas tecnologías que dan una segunda vida a los residuos de la destilación de plantas aromáticas como el eucalipto o el cedro del Atlas, son algunas de las opciones cada vez más en auge.

Como creadora de perfumes cien por cien naturales, aplaudo la creciente tendencia hacia ese tipo de fragancias. Hasta hace unos años, este tipo de composiciones no eran muy apreciadas. Aunque todavía son muy difíciles de encontrar, se están abriendo camino en el mundo de la perfumería y ya es posible encontrar perfumes naturales en algunos establecimientos comerciales, algo que no podía imaginar cuando creé mi primera marca a finales de los noventa. Los perfumes no son lo único que ha evolucionado. La cultura del perfume también lo ha hecho, gracias, en parte, a las voces de perfumistas como Christophe Laudamiel, creador de la iniciativa Perfumery Code of Ethics, de la cual estoy orgullosa de formar parte, y de fundaciones culturales como nuestra propia Academia del Perfume en España. Cada vez se da más importancia a la integridad, a la transparencia, al trabajo del perfumista, al arte de la perfumería y a la labor de los productores de esencias. El mundo del perfume ya no está dominado por hombres, ya no está centrado en Francia. En esta nueva era del perfume, la perfumería independiente tiene cada vez más importancia. Perfumistas de los cinco continentes y de todos los idiomas están globalizando el mundo de la perfumería y ampliando sus horizontes.

Durante las próximas décadas, la inteligencia artificial y la digitalización del olfato nos presentarán nuevos retos; pero como siempre digo, un reto nuevo solo es el comienzo de una nueva aventura. Sin duda, la industria del perfume continuará evolucionando, reflejando en su tapiz la evolución de la experiencia humana. Es un placer para mí presentar la expresión literaria de este tapiz, bordado con las palabras de Clara Buedo quien, como me dijeron hace un tiempo, “escribe como los ángeles”. Y es verdad. Pero, además de escribir como los ángeles, Clara es una apasionada tanto de los perfumes como de su historia (una pasión que tengo desde adolescente y que comparto con ella), y una investigadora nata que no descansa hasta encontrar la información que escapa a otros autores. Tengo la suerte de poder conversar con Clara sobre perfumes a menudo, una experiencia enriquecedora que ahora

puedo compartir con ustedes a través de las páginas que descubrirán a continuación. Dejemos, pues, que sus palabras nos transporten a través del tiempo y el espacio, y que nos ayuden a descubrir mundos escondidos y olores fascinantes. Como dice mi apreciado Doctor Who cuando se embarca en una nueva aventura, *allons-y!*

Marina Barcenilla
Perfumista independiente, académica de número sillón Rosa Damascena,
Academia del Perfume

Introducción

Entre el olor, el hedor y el desodor. La tricotomía olfativa histórica

De pequeña, tenía la insólita propensión a infiltrarme a hurtadillas en el garaje de la comunidad para inhalar sus vapores cáusticos. No fue iniciativa mía, a pesar de ser una niña inquieta y ávida de sucesos (en ocasiones, no del todo fructuosos). El artífice de tales hazañas fue mi hermano, para quien yo era su chófer en exclusiva, hábil y sigilosa, dirigiendo su silla de ruedas hacia donde la mente y el exceso de aburrimiento nos pudiese llevar. Se abría la trampilla, una miraba a la derecha, el otro a la izquierda, y en ausencia de quien nos pudiese delatar, activaba el turbo del rudimentario vehículo rodado hasta que conseguíamos entrar.

Una vez dentro, inhalábamos y exhalábamos, olíamos los olores con pausa, nos sentíamos libres del encorsetamiento olfativo al que la sociedad, la educación o la cultura nos habían sometido. Cerrábamos los ojos, expandíamos los pulmones, afinábamos nuestras narices y activábamos nuestra mente en un intento de realizar una evaluación organoléptica sin precedentes. Como si aquel *totum revolutum* de matices neumáticos, gomosos, hormigonados, metálicos y ahumados (según mi hermano, eléctricos también, ¿a qué demonios huele la electricidad?) nos fuese a llevar a la cúspide del deleite olfativo.

Me imaginaba estar flotando en el infinito, entre sus olores primigenios. Entre lo que imagino que podrían haber sido aquellas primeras partículas odoríferas —azufre, metano o polvo cósmico— que, poco a poco, se irían multiplicando hasta ir cincelando el devenir olfativo del universo. La perspectiva del tiempo siempre ayuda a contrastar. “Estudia el pasado si quieres definir el futuro”, dijo Confucio.

Y ahora, aquella sensación de mi infancia se replica en la observación del ser humano (entre los que me incluyo), esos seres *sintientes* que define el budismo, que emanamos una plétora de moléculas y sustancias químicas al mismísimo universo, y él nos las devuelve de forma recíproca. Como establecía la ley de correspondencia de la filosofía de Hermes Trismegisto, *el tres veces grande*, fundador de la astrología y descubridor de la alquimia, “lo

que es arriba, es abajo". Lo que sucede en el macrocosmos se manifiesta en el microcosmos. Y viceversa. Equivalente a la simpatía cósmica del mundo grecorromano: lo superior es como lo inferior. "Así en la tierra como en el cielo", exclama la tercera súplica del *padrenuestro*. Desde la vérnix caseosa que recubre al bebé al nacer y lo hace olfativamente adictivo; la fétida cadaverina presente en las heces o el aliento; a la 2-nonenal que exhalan los cuerpos de los ancianos, la antesala olfativa de la decrepitud, del ocaso vital —de la muerte—, la vida humana pasa por infinitud de etapas odoríferas que perfilan la osmología del ser. Como en su momento se manifestó en la creación del universo, y como ocurrirá en su declive. Buen olor y hedor son partes consustanciales del todo. Como el yin y el yang o la luna y el sol, elementos intrínsecos del ciclo eterno, como un proceso dármico que dibuja el trazo infinito de un Ensō zen.

No se puede entender la belleza de la luz sin escudriñar el enigma de la sombra, que diría Tanizaki (2023). Ubicar la génesis del perfume, entendido como esa *sustancia aromática elaborada para ofrecer un olor agradable*, pasa por bucear entre los miasmas. Muchos sitúan el germen de la fragancia en esa necesidad de aniquilar el hedor social. Fetidez, pestilencia, tufo, hediondez, hircismo (referido a las exhalaciones de las sobaqueras masculinas que se asemejan al olor del macho cabrío), un repertorio léxico que casi supera en cuantía a su contraparte, el perfume.

El olfato es un sentido muy emocional que marca los límites sociales. Clasificar la humanidad entre odorofílicos, que parecen no mostrar repulsión por olores hostiles, corporales o atmosféricos, y odorofóbicos, aterrados por el hedor en todas sus dimensiones, según las teorías del antropólogo David Howes, parece una forma acertada de cimentar la base histórica del perfume. Incluso, resulta paradójico pensar que algunas especies, las más exclusivas, caras y selectas en la paleta del perfumista de ayer y hoy son, en sí mismas, malolientes.

Los rizomas del nardo jatamansi, espicanardo o nardo indio, muy diferente del nardo blanco fragante o tuberosa con el que muchos lo comparan, rezuman un matiz acre, pestilente, similar a cierta parte de los confines de la anatomía humana que huelga comentar. Igual que su prima hermana, la raíz de valeriana. El musgo de roble, esencial en la base de la pirámide olfativa por su capacidad para fijar y ensalzar los matices de sus compañeros de fórmula, tiene cierto regusto a corral, como el *Cistus ladanifer* y su carácter coriáceo, como a piel encurtida. El magnífico *oud*, *oudh* o madera de agar silvestre (de la especie Aquilaria), omnipresente en los sahumerios de antaño y la perfumería de autor actual, dependiendo de su procedencia o tiempo de maduración, exhala un abanico complejo y equilibrado entre dulzor y

suciedad. El potente y de inicio desagradable olor de sustancias animales, como el mohoso ámbar gris, transmuta en dulzón mediante un curioso proceso de alquimia natural, cuando la acción del mar, el sol, el aire y el tiempo degrada la amberina convirtiéndola en ambrox, revelando así su misteriosa fragancia.

> Los olores nos abofetean, nos sacuden por dentro como pocas cosas en el universo son capaces de hacer. Hay olores que aturden, que embriagan la mente, que marcan límites. Pueden llevarnos a cualquier parte. Son máquinas del tiempo, alfombras mágicas que nos hacen viajar a mundos escondidos de este mundo, a otros tiempos y lugares, a dimensiones ocultas y aún no cartografiadas de nuestra realidad. Nos abren la puerta a su reino privado, a su mundo íntimo (Kukso, 2019: 17-19).

Pero, como remarca Jaime García Fernández (2022), son las efusiones hediondas del organismo las que nos hacen verdaderamente esclavos. La violencia que ejerce sobre nosotros nuestra propia fetidez marca en el inconsciente unas sólidas cicatrices. Hasta llegar al deleite olfativo de la Antigüedad, donde los egipcios faraónicos hicieron de la fragancia el bien más preciado, hay que traspasar la nauseabunda frontera del hedor —propio y ajeno—. Los pútridos y estancados lodazales del Nilo, cargados de detritus animales y vegetales, y sus gentes apiñadas en los núcleos habitables carentes de higiene hacían irrespirable la atmósfera. Ocultar el putrefacto olor de la descomposición fue quizá lo que hizo de los egipcios auténticos eruditos en la elaboración del perfume. “Adobar” a la momia (que diría Legrasse, 2023) con óleos perfumados tenía la doble función de acabar con la pestilencia de la putrefacción y asegurar la benevolencia del finado en su tránsito al otro lado. Venerar lo sagrado y aplacar la escatología de lo profano, dos rasgos esenciales del perfume antiguo.

El culto a los dioses de la Antigüedad mediante sahumerios fragantes para demarcar el entorno sagrado y la fumigación de los espacios habitables para erradicar la enfermedad marcó, según numerosas fuentes, el inicio del buen olor. En las creencias taoístas, se pensaba que la transformación del incienso sólido en vapores perfumados reflejaba la transmutación del estado físico o mortal a un nivel espiritual o tao. Los inciensos, del latín *incendere*, ‘quemar o combustionar’, una combinación de resinas aromáticas, oleorresinas, plantas, raíces o flores amalgamadas por los sacerdotes, se hicieron indispensables en ceremonias religiosas como ofrenda a las deidades, pero también para entablar coloquio con ellas. Y solo había una forma de contactar con el más allá: entrando en trance. Alcanzar la hipnagogia, o ese estado elevado de conciencia, se producía mediante determinadas moléculas —olfativas sí—, pero de acción psicotrópica también: la combustión del balsámico olíbano (del género Boswellia), la resina más reverenciada presente en prácticamente todos los sahúmos del templo, libera trans-hidro-

cannabidiol, una sustancia cercana al psicoactivo THC (tetrahidrocannabinol) del cannabis; el aromático cálamo (*Acorus calamus*), considerada raíz mágica y uno de los componentes del sagrado *kyphi* egipcio, contiene asarona, similar a la mezcalina, de efectos alucinógenos; y las raíces del *aspalathos*, hoy extinto, contenían pequeñas cantidades de 5-MeO-DMT, también denominada la molécula de Dios, un alcaloide de efectos alucinógenos presente en otros enteógenos, como la ayahuasca.

Pythia, la suma sacerdotisa del templo de Apolo en Delfos, masticaba hojas de fragante laurel o bebía su infusión para practicar la dafnomancia (Δάφνη o *Daphne*, 'laurel'), pues se le atribuían efectos opiáceos que promovían la clarividencia. En otro templo, el de Amón (Siwa, Libia), lugar de peregrinación de egipcios y griegos, el incienso elegido fue *Dorema ammoniacum* (sí, amoniaco), una gomorresina fragante de la cual se pensaba que sus incisivos efluvios eran idóneos para pedir respuestas al oráculo. Utilizada en la Antigüedad como medicina tradicional, siempre estuvo vinculada a la función de comunicación, desde una perspectiva oracular y adivinatoria, por abrir las puertas a la percepción.

Siempre hubo una fina línea entre la teúrgia (la práctica de rituales ceremoniales realizados con la intención de invocar o evocar la presencia de una o más deidades para alcanzar la hénosis, unidad mística, unión con lo divino), la magia, la medicina y la alquimia en el mundo antiguo. En la vetusta Grecia, se consultaba a un hechicero tanto como al letrado si se quería ganar un pleito. Esa sabiduría mistérica cimentó el posterior desarrollo de la alquimia, la antesala de la química moderna, donde las propiedades ocultas de las plantas tuvieron un destacado lugar de poder.

Las flores siempre se vanagloriaron de ese cariz místico y esotérico ligado a la deidad. El loto azul o lirio de agua egipcio (*Nymphaea caerulea* o *seshen*), una de las especies más simbólicas por representar el camino hacia la iluminación saliendo del fango para brotar como flor esplendorosa con la luz del sol, estaba asociado a Nefertum, el dios egipcio del perfume, así como a determinadas representaciones de Buda y deidades hindúes. Para el sufismo, la rosa encarna el vínculo entre lo humano y lo divino. Los buenos olores, en sí mismos, son un signo de santidad. Según el griego Homero, cuando un dios del Olimpo visitaba a un mortal, dejaba un olor a ambrosía. No en vano, en la Grecia clásica, honrar al humano con el ambrosiaco aroma de las flores suponía deificarlo.

Esos regalos perfumados de la divinidad que, con su fragilidad y naturaleza caduca, reflejaban la impermanencia de la vida —su fugacidad—, fueron los protagonistas de una de las modalidades más bellas de arte efímero: el jardín, el elemento más sagrado para la cultura islámica. Esos jardines

fértiles y ensoñadores bendecidos por Alá fueron la representación en la Tierra del mismísimo Edén, el paraíso fragante que esbozaba un enjambre de símbolos que confluían hacia la perfección, el orden y la felicidad. La exuberancia aromática del jardín era la representación tangible de la belleza de la creación, un mero reflejo de la indescriptible gracia de Dios (Bermejo, 2003). Un arte que se mantuvo en el tiempo y se extrapoló a otras culturas, como la europea, para la que el jardín supuso una vía de escape a la pestilencia y pudrición de las incipientes urbes. Para la cultura china y la práctica mística del *feng shui*, la selección y colocación de plantas en el jardín se hacía en función de su conexión simbólica con la naturaleza y los ritmos naturales, bajo la creencia de que los aromas agradables promovían un flujo saludable de Qi (energía vital) y elevaban las buenas vibraciones del entorno.

Y es precisamente en la antigua China imperial donde, atendiendo al étimo de perfume, *per fumum*, 'a través del humo', donde se podría ubicar el origen de la fragancia, tal y como hoy la concebimos, por el hábito palaciego de aromatizar las ropas con incienso para que se impregnaran de su encantadora esencia. Unos sahúmos cargados de ricas materias aromáticas, como las maderas de áloe y de sándalo, ámbar gris, benjuí, olíbano, liquidámbar o clavo. Pero si hay un aroma que zigzagueaba ufano por las suntuosas cortes imperiales chinas, ese fue el penetrante y persistente almizcle, un aroma animal que se mantendrá omnipresente en los elixires islámicos, los guantes *seiscentistas* y hasta en el tocador de Josefina Bonaparte. Un aromático que no solo destacó por su olor, cualidades afrodisiacas y terapéuticas, sino por convertirse en una reserva de valor que fue pasando de sultán a sultán, de omeyas a abasíes. Aroma, medicamento o talismán de poder, misiones infalibles que se escondían tras el empaque del perfume antiguo, una proeza botánica solo reservada al artesano. Al alquimista.

Algo que quedó truncado radicalmente con el advenimiento de la química en las incipientemente industrializadas sociedades decimonónicas, convirtiendo el perfume selecto en esencias democráticas, despojándolas del espíritu de las plantas y su elevada vibración. Esto supuso un radical punto de inflexión no solo en la emergente industria del perfume, sino en la manera en la que el humano comenzaría a relacionarse con la naturaleza. Con su entorno. Cuando uno pierde el contacto con la fuente, con la tierra, la madre de la que salimos y a la que, a la postre, volveremos, se desconecta de sí mismo, su alma queda yerma. Todo comenzó a oler a violetas, rosas y narcisos. Una uniformidad olfativa sin fisuras que poco a poco dio paso a la desodorización de las sociedades, en un intento de aplacar esa violencia que ejerce sobre nosotros mismos nuestra propia fetidez, que decía García Fernández en *Acerca del perfume y el olor*. Una desodorización que inventó aromas. Incluso

cuestionamos al coco su verdadero olor porque difiere en demasía de las versiones adulteradas a las que uno se acostumbra.

Y mientras, en la *belle époque*, las cumarinas y vainillinas comenzaban a flotar en el ambiente, engarzadas en las bocanadas de tabaco clandestinas, adheridas a los pespuntes de aquellos vestidos de lamé diseñados por Paul Poiret, la realidad olfativa del XX fue bien diferente. Olía a hollín y azufre, a pólvora quemada y tierra corrupta. A sangre ferrosa, putrescina y cadaverina de los vahos corrompidos de la muerte. Olía a la testosterona del poder y la adrenalina del abatido. A emanaciones butíricas de los vómitos y el acento salino de las lágrimas. La guerra hiede y apesta a sudor, desolación y tristeza. Como recalcó el escritor Eduardo Galeano (2006), "el olor del dolor […]. Un olor de podredumbre, caliente, dulce, pegajoso, que se te mete por los poros y se te instala en el cuerpo, una náusea que jamás te abandonará". Un olor que ni el intenso y arraigante aroma del pachulí, emblema de las reivindicaciones del *peace & love* de los sesenta, pudieron acallar.

Dos guerras mundiales, un sinfín de enfrentamientos civiles, revueltas, conflictos y disputas de poder monopolizaron la totalidad del siglo (y del propio planeta). Japón, China, Arabia, India, Egipto, Siria…, enclaves clave que antaño olían a almizcle y sándalo, a rosas y mirra, convertidos en humo, y no de sahumerios, precisamente.

La polarización olfativa del XX se hacía patente. Las emanaciones del sufrimiento se entremezclaban con las vanguardias, el progreso, el deleite de la alta moda, germen de la gran perfumería del siglo que ya no intentaba replicar la naturaleza, sino crear aromas abstractos y completamente nuevos, envasados en los intrincados diseños de Lalique o Baccarat, iniciando así una era en la que el artesano se convirtió en creador.

En el convulso XXI, desgraciadamente para los empáticos, no se ha cesado de trazar líneas de fuego y levantar muros, pero la huella de una pandemia mundial hizo a la humanidad ensalzar y agradecer el valor y belleza de uno de los sentidos más denostados desde la Antigüedad por considerarlo inferior: el olfato. Por esa razón, en un alarde de *pedantería edulcorada* (me puede más la nobleza que el orgullo), os voy a contar todo lo digno de ser recordado, como dijo el visir del último califato de Granada. Comenzamos.

Capítulo 1

En el nombre de Dios

Lo que el viento se llevó. Inciensos y sahumerios “Y Jehová dijo a Moisés: Toma especias, estacte, uña aromática, gálbano e incienso puro, que haya de cada uno igual peso, y harás de ello el incienso, un perfume según el arte del perfumador, bien mezclado, puro y santo. Y molerás parte de él en polvo fino y lo pondrás delante del testimonio en el tabernáculo de reunión, donde yo me mostraré ante ti”.

Éxodo 30:34 [1]

Hay algo de sufrimiento implícito en las resinas. Son como lágrimas que exhalan los árboles cuando son heridos y se defienden difundiendo su hermoso olor. Emanan y trascienden, protegiendo la integridad de su huésped. Una amargura paradójica teniendo en cuenta que brotan para proteger y sanar. Sirvieron para embalsamar y preservar a los muertos en los antiguos ritos funerarios, pero también para regenerar el tejido de los vivos y reactivar la función celular. Su inquietante aroma rezuma vapores atávicos, como si en cada una de sus moléculas estuviese escrito el relato del ser, la historia del todo. Resulta difícil describir los matices olfativos de estas sagradas especies, es como si quisieran escapar de ser encorsetadas, de ceñirse a una simple definición que ni de largo expresaría su inmensa complejidad. Balsámicas, castas, sacras, divinas… Es el olor mismo de la Antigüedad, del comienzo de los tiempos. Parece curioso pensar que son las resinas, esas sustancias fragantes que supuran las cortezas de los árboles, las raíces y las maderas aromáticas, las preferidas antaño para sahumar y rendir culto a la divinidad (o deificar a la humanidad, según se mire). Las especies leñosas nos protegen y fortalecen, los rizomas nos arraigan y mantienen, y los bálsamos que manan —ambrosía divina—, nos amparan y conectan a lo más sagrado.

Es el *Archeus*, que decía el místico Paracelso, esa fuerza creadora y vital de la naturaleza que solo con examinar sus formas, aromas y pigmentos se puede intuir para qué fueron creados (Paracelso, 1990). Especies divinas, como si estuviesen imbuidas de cualidades exorcistas, infundidas del don de alejar el mal con sus emanaciones perfumadas, demarcando así el espacio sagrado. Esa fue una de las principales funciones que se le dio al almizcle natural en la antigua China. Según su extensa farmacopea, recogida en *Zhenglei bencao* (siglos XI-XII), fue la sustancia de elección en afecciones promovidas por seres demoniacos, una categoría nosológica que, en su mayor parte, ofrecía una visión de la enfermedad de corte mágico, donde el cuerpo era *poseído* por algún ente maligno que debía ser ahuyentado gracias al poder odorífero del almizcle.

Moisés y Josué en el Tabernáculo, James Jacques Joseph Tissot (1896).

La presencia de perfume, en sí misma, señalaba la manifestación divina. Una creencia que se mantuvo omnipresente en prácticamente todas las ideologías y creencias religiosas. Desde el cristianismo más primitivo al budismo arcaico. La poderosa y sobrenatural belleza inabarcable de la fragancia solo podía estar reservada a la deidad. Narran los escritos budistas [2] que Buda emanó un poderoso aroma dulzón y cremoso en su descenso de los cielos para proteger a los dioses del "hedor fétido de los humanos" (Schopen, 2015). Era el aroma del sándalo goshirsha [3], el mismo con el que fue fabricada la primera imagen del Buda Udayana, íntegramente hecho de fragancia.

Las estupas [4] budistas de la India temprana estaban marcadas por una fragancia que se renovaba ritualmente con regularidad. Una fragancia, en sí

misma, que denotaba una presencia especial, invisible. Un espacio santo y fragante que cada día era ungido con varios perfumes, pasta de sándalo y azafrán. Renovar esa fragancia era uno de los eventos rituales más importantes para las monjas y monjes que allí moraban, pero con una restricción: esos acólitos tenían prohibido aplicarse dichos perfumes a sí mismos pues sería considerado una forma de adorno o señal de sensualidad, además de un reclamo de cierto nivel de santidad, un reclamo de ser como Buda. Solo hubo una excepción: el uso medicinal del perfume si un médico lo prescribía, en cuyo caso, se le permitía la unción perfumada pero no sentarse en comunidad ni interactuar con los demás hasta que no se hubiese lavado y librado de la enfermedad, para asegurar así que no quedaba ni un atisbo de perfume. Esa castidad aromática llegó a tal extremo que las dietas templarias vetaban la ingesta de ajo, por considerar sus efluvios aliáceos una afrenta a los dioses.

> Que mi oración sea puesta ante vosotros como incienso.
> Salmo 140/141:2

Sahúmos y unciones perfumadas fueron las dos formas tempranas de rendir culto a la divinidad. Así pidió Jehová a Moisés la elaboración del sacro incienso. Una receta que debía ser secreta, compuesta de las más exquisitas resinas que debía reducir a polvo fino para ser quemadas en el tabernáculo, el sagrado santuario, y solo reservadas a Dios. Los pensadores antiguos estaban convencidos de que el humo que se elevaba al quemar estas resinas representaba la naturaleza etérea del espíritu, un viaje hacia dimensiones metafísicas. Por esa razón, los inciensos (del latín *incensum*, participio *incendere*, 'encender', 'combustionar') se convirtieron en ofrenda sagrada y el mejor modo de entablar diálogo con lo divino, en parte por los efectos psicoactivos e hipnóticos de muchos de sus ingredientes, que conducían a quien los inhalase hacia estados elevados de conciencia. A través de la nariz, se llega a Dios.

La combustión del balsámico olíbano libera trans-hidro-cannabidiol. Hay estudios que indican que activa ciertos neurotransmisores cerebrales capaces de activar la paz mental y la elevación espiritual hacia otros planos de vibración, conciencia y comprensión. El misterioso *aspalathos* [5], hoy extinto, ingrediente estrella de muchas recetas de perfumes egipcios, contenía en sus raíces pequeñas cantidades de 5-MeO-DMT, también denominada la molécula de Dios, un alcaloide de efectos alucinógenos presente en otros enteógenos, como la ayahuasca. El aromático cálamo (*Acorus calamus*), también denominado en recetas antiguas dulce bandera, considerada raíz mágica, contiene asarona, similar a la mezcalina, de efectos alucinógenos. Aunque hay quienes disienten justificando que no se trataba de cálamo, sino cáñamo

(*Cannabis indica*) [6], otro controvertido aromático, cuyo humo proporcionaba éxtasis místicos y efectos hipnóticos (Paracelso, 1990), muy utilizado en ritos psicúrgicos [7] budistas, taoístas y musulmanes.

Cáñamo, en hebreo *kaneh* y en egipcio antiguo *shemshemet*, se identifica con cannabis, aunque piensan que una mala traducción de los textos hebreos al griego y latín pudo conducir hacia la especie cálamo que, aunque psicoactivo también, difiere en mucho al complejo cannabis. Hay vestigios de su uso que se remontan al periodo predinástico (3500 a. C.), al menos su fibra para cordelería y alimentación. Su uso como psicoactivo se sitúa en el Egipto faraónico como parte de sahumerios en los templos, en vinos infundidos para soportar el duelo e, incluso, como parte del reverenciado *kyphi*, el incienso sagrado del templo, a pesar de que ninguna de sus numerosas recetas lo mencionen.

Muchos aseguran que la clave del secreto de este incienso antiguo no está en lo que hemos podido recuperar de los papiros, sino en su nombre en sí mismo (fonéticamente, *ke-fe*), hoy en día relacionado con *keef*, el nombre popular de la variedad fumable de *Cannabis indica* o cáñamo indio (Bennett, 2023). El término *kyphi* es, en realidad, una forma latinizada del griego para el egipcio *kapet* (*kap*, 'perfumar, fumigar, incensar'), y se consideró uno de los perfumes rituales, mágicos y medicinales más venerados y misteriosos del universo egipcio y grecorromano, por su compleja forma de elaboración y los ingredientes que contenía, los cuales variaban según las recetas encontradas. Las principales, en las inscripciones y grabados del templo de Edfu y las jambas de las puertas de acceso a "la sala del ungüento" del templo de Philae.

En lo que sí coinciden todas es en su base húmeda (vino, pasas y miel), la fase de resinas (olíbano, mirra, resina de pino…) y raíces, hierbas y especias (raíz de lirio, *aspalathos*, hierba limón, canela y el controvertido cálamo, antes comentado, que bien podría tratarse de cannabis). Hay fórmulas que citan hasta 50 ingredientes, pero resulta destacable la mencionada por Plutarco, con 16 sustancias (que representaban las 16 partes del cuerpo de Osiris), y se tenía que elaborar en 12 días, los que tardó Isis en reunir los pedazos de su amado esposo, recitando plegarias mágicas y siguiendo ciertas fases de luna. No es de extrañar teniendo en cuenta que en las civilizaciones antiguas las neomenias [8] se consideraban momentos mágicos para adorar a los dioses y pedir sus favores.

Sabios como Plinio el Viejo, Dioscórides, Demócrito u Homero ya reconocían estas especies y sus efectos, al igual que la acción psicoactiva de los inciensos. Hasta que el tribunal de la Santa Inquisición los considerara heréticos, estas sustancias estuvieron presentes en rituales paganos y sagrados desde el albor de los tiempos, inducidos por los hipnóticos vapores de sus

moléculas, consideradas regalo de Dios. Quienes las inhalaban no solo establecían línea directa con los cielos, sino que aquel estupor o trance profundo les hacía surcar las oscuras e ignotas dimensiones del Tánatos, alcanzar momentáneamente ese estado simbólico de transmutación y renovación *álmica*.

Pero, de entre todas las resinas sagradas, hubo una que destacó sobre todas las demás en tiempos bíblicos, y aunque muchos puedan pensar que fue el olíbano [9] o la mirra [10], fue el bálsamo de Gilead, de Galaad, de Judea o de la Meca, también denominado opobálsamo, miembro de las resinosas *Burseraceae*, *Commiphora opobalsamum* o *gileadensis*, el más venerado antaño por su elevado poder terapéutico, considerado panacea, además de ingrediente precioso en la elaboración de perfumes. Me atrevería a pensar que el fulgente oro de los presentes regios al niño Jesús no se trataba en realidad del codiciado metal, sino de este bálsamo, no solo por su matiz cromático blondo, sino por considerarse *resina entre las resinas*, la de mayor valor aromático, pero también sagrada y curativa.

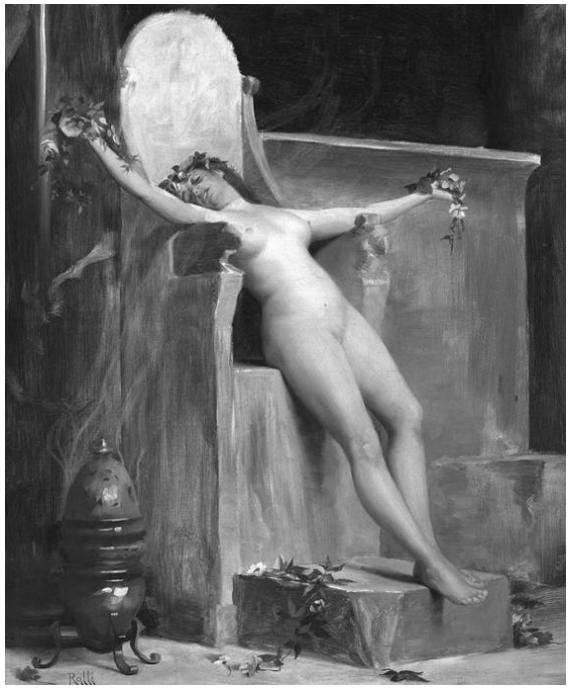
> Jeremías se lamenta: ¿no hay bálsamo de Galaad? [11]
> Jeremías 8:22

Múltiples son las referencias en la Biblia al bálsamo de Gilead, todas ellas para expresar la idea de redención, de salvación y de perdón. Este excelso bálsamo se elaboraba con la resina y los brotes tiernos de una especie que crecía en la antigua región de Gilead, a orillas del mar Muerto. Fue ingrediente de muchos inciensos y perfumes donde se denominaba de forma genérica bálsamo, y parte esencial del *ketoret*, el incienso del templo de Jerusalén, cuya receta se desarrolla en los textos talmúdicos [12]:

> Bálsamo y la raíz aromática [13], y el gálbano, y el incienso, de un peso de setenta medidas cada uno; mirra, y casia [14] y espiga de nardo [15] y azafrán, cada uno con un peso de dieciséis medidas; costus [16], doce medidas, corteza de árbol aromático [17], tres medidas, canela nueve medidas, lejía de carcina nueve medidas (cabín) [18], vino de Chipre, tres seín y tres cabín. Si no se encontrara vino de Chipre lo reemplazará con vino blanco añejo [19]; sal de Sodoma [20], la cuarta parte de un cab y una pequeña cantidad de *Maälé Ashán* [21]. Rabí Natán de Babilonia dice: Hay que agregar también una décima parte de ámbar de Jordán [22]. Si puso en él miel se volvía inválido y si faltaba uno solo de estos ingredientes merece la muerte.

Según fuentes antiguas, esta preciada ofrenda llegó al reino de Judá como regalo de la reina de Saba al rey Salomón [23], pues se consideraba un tipo de mirra, la más fina del mundo (Milwright, 2021), con unas cualidades aromáticas y terapéuticas insuperables. Es posible que este bálsamo también se trate del bálsamo de Matarea, durante la edad de oro islámica (700-1300 d. C.). El verdadero aceite de bálsamo o bálsamo de Matariyya (Matarea) se preparaba en la ciudad del mismo nombre, al este del río Nilo, incluso se dice que estos árboles ya crecían en Egipto en las postrimerías del I d. C.; un árbol que tan solo producía unas cuatro gotas al día que, tras reposar, adquiría un refulgente color dorado, como si fuese una gema, tan escaso y tan costoso que valía dos veces su peso en oro, lo que le valió el apodo de "perfume real". Se mantuvo fuerte en Egipto; se decía que no había medicina más utilizada por los egipcios que el verdadero bálsamo, una panacea que alejaba la enfermedad y ahuyentaba las fiebres que procedían de la putrefacción, por lo que su uso se mantuvo estoico como óleo medicinal e incienso sagrado.

Claras y tajantes fueron las instrucciones para la elaboración y cometido de estos santos sahumerios, solo destinados a la divinidad: su uso más allá de la liturgia sería constitutivo de castigo, de pecado, de transgresión. Al menos en el ámbito judío, judeocristiano y cristiano, para los que quien osase ir contra las instrucciones divinas estaría eternamente condenado al ostracismo, a la expulsión. No era *peccata minuta* para el cristianismo; las fragantes y cenicientas volutas de incienso eran capaces de elevar las oraciones a los cielos, como un símbolo de participación angelical en la liturgia, el sello fragante de Dios. Su uso prosaico supondría una afrenta a lo sagrado. Es la razón por la que los primeros cristianos en feudo romano renegaron de la liturgia del incienso por considerarla ofrenda idólatra. Según atestiguan, fue precisamente en el Imperio romano donde se produjo el pico más alto de consumo de incienso en la Antigüedad. El exceso parecía formar parte de la genética de la Roma imperial.



La ofrenda, Theodoros Ralli (siglo XIX).

Cuando el cristianismo se extendió por el imperio entró en conflicto ideológico con el culto imperial de la antigua Roma —politeísta—. Las prácticas paganas, como sacrificios dedicados a los emperadores o ciertos mitos, fueron aborrecidas por el cristianismo. La incansable persecución a los cristianos, especialmente por Nerón, iba acompañada de la combustión de enormes cantidades de incienso, gestándose así un aborrecimiento cortoplacista porque, con el lento declive del politeísmo, el Edicto de Milán (siglo IV), con el que cesó la persecución a los cristianos, y el advenimiento de la regencia de Constantino I, que adornó "la nueva Roma" y sus basílicas con lustrosos incensarios dorados, el culto al incienso se reintrodujo de nuevo de forma oficial (MacMullen, 1981). Aquí es donde se produce la paradoja cristiana: esos devotos que rechazaban el perfume, por considerarlo lascivo y un "invento del demonio" que conducía a la debilidad moral, que seducía y dirigía a los placeres de la indolencia, especialmente al acercarse la noche por sus connotaciones eróticas, esos mismos fueron los que aceptaron la adición de esos aromas libidinosos —demasiado importantes como para descartarlos — a los óleos de unción sagrados con los que se consagrarían sacerdotes y objetos de culto.

Eso hizo entender que los aromáticos nada tenían que ver con el paganismo, el gnosticismo o el ocultismo. Todos se sirvieron de tan excelsa materia, cada uno con un fin que, de lejos, podía determinar y acotar la

verdadera *psyché* del perfume. Los antiguos imaginaban lo divino como fragante y sentían todo lo fragante como signo de presencia divina en la Tierra. El fenómeno definido como osmogénesis, percibido como un aroma dulzón y cálido, fue considerado milagroso y que solo han poseído ciertos santos a lo largo de la historia, como san Policarpo de Esmirna o el padre Pío, de quien se decía que emanaba un aroma embriagador que solo unos pocos podían percibir [24]. Para asirios, babilonios, egipcios, coptos, griegos, romanos, judíos, musulmanes, budistas, hinduistas, cristianos, heterodoxos, ortodoxos, paganos…, para todos, la fragancia, en sí misma, se consideró un tributo a la divinidad —llamémosla Dios, Alá, Apolo o Shiva— y todo lo relacionado con ella. Los altares adornados con flores se pensaba que fueron apreciados por los dioses, quizá porque, en el reino botánico, las flores, las partes aéreas de las plantas, son las que están más cerca de los cielos y, por tanto, próximas a Dios. Es la razón por la que en la pintura religiosa *seiscentista*, las vírgenes, santos, apóstoles o profetas iban custodiados por guirnaldas florales, especialmente el lirio blanco —símbolo de pureza y virtud—, asociado a la Virgen María cristiana.

El místico loto, en su variedad azul (*Nymphaea caerulea* o *seshen*), se vinculó al dios de los perfumes egipcio, Nefertum (belleza que nace), no solo a un nivel simbólico, sino ritual: formó parte de liturgias esotéricas y sagradas por considerarse un enteógeno. Sus alcaloides —apomorfina y nuciferina— eran apreciados por su potente acción sobre la glándula pineal, asociada con el tercer ojo [25] místico, la puerta a la divinidad, la sabiduría y el conocimiento pleno que permitía alcanzar niveles elevados de conciencia y conexión con el espíritu divino. Las variedades blanca y rosa del divino loto se vincularon a deidades hindúes y budistas por representar la iluminación, la propia fábula de la flor que surgía de los lodos pútridos para emerger hacia los cielos luminosa y fragante. Kama Devi o Kamadeva, el dios hindú del amor y la seducción, equivalente al niño alado de la mitología grecorromana, lanzaba sus flechas cargadas de flores de la fragante champaca, loto azul y blanco, *mallika* (jazmín), flores de mango o ashoka, flores de *kumkum* (azafrán) y *damanaka* (davana), tentadores aromas cuyas cualidades afrodisiacas todavía se reconocen en la actualidad.

Desde los albores de la humanidad, el acervo vegetal ha suscitado muchos misterios. En toda época se han atribuido extraordinarios poderes a las plantas que se relacionaban con algo invisible y sutil que las ubicaba en el mundo de los espíritus y la magia. Nuestros ancestros sabían que las esencias cambiaban la conciencia. Es quizá una de las razones por las que, en el vetusto Egipto, solo las manipulaban los sacerdotes, en Grecia los alquimistas y en la India clásica, los conocedores del Gandhaśāstra [26]. Unos conocimientos que debían

ser restringidos para no ser malinterpretados ni manipulados y estar a disposición solo de aquellos con posición y poder. Hasta que llegó María Magdalena, con una relevancia en "lo sagrado" que apenas hoy está emergiendo de las oscuras sombras de la historia, e hizo patente la sabiduría que hay detrás del elevado acto de la unción fragante, el otro bastión del perfume en la Antigüedad.

El arte de la unción: la mujer del cáliz de alabastro y las portadoras de mirra

Hubo un tiempo que, en las lejanas tierras de Khem [27], en el Egipto más arcaico, se empezó a gestar una forma de sanación ritual que se ancoraba en las artes del templo. Medicina celestial, se la denominó, y su cometido no fue centrarse en las dolencias del humano corpóreo, sino en anclar su alma y espíritu facilitando la transición al otro mundo. Para ello, se servían de la sabiduría del *corpus* planetario y celestial, la energía del *spiritus mundi* [28], la recitación de palabras de poder y la unción con aceites sagrados.

Se piensa que esta excelsa labor estaba únicamente en manos de los miróforos, sacerdotes y sacerdotisas procedentes de linajes secretos que transmitían su práctica y conocimientos de generación en generación. La primera lección de los miróforos era acceder al *nous*, la sabiduría del corazón y el alma, la inteligencia divina dentro del ser; penetrar en el *metis*, según los griegos, esa inteligencia intuitiva que habitualmente se atribuía a la mujer. Puede que fuese la razón por la que esta clandestina y desconocida función haya trascendido la historia en femenino y plural: las sacerdotisas portadoras de mirra (miróforas), haciendo un pequeño inciso en el término mirra que, muy lejos de aludir a la sagrada resina exudada por los árboles *Commiphora*, se dirige más al término egipcio *antjw* (mirra): óleos sagrados, símbolo de poder de la reina Hatshepsut, esencia sagrada para la divinidad femenina, especialmente Sekhmet, el álter ego de la diosa Hathor.

Y por mucho que la mente nos lleve a imaginar a esas divinas sacerdotisas portando cestucos cargados de exquisita resina, la labor de estas iniciadas en la sabiduría mistérica templaria era mucho más compleja. Su fuerte se centraba en el arte de la unción sagrada con óleos aromáticos. Pensaban que ungir no solo era rozar el cuerpo, sino tocar el alma, y que los aceites sagrados conectaban con la energía de lo divino.

Estas miróforas o "ministras de los perfumes" fueron expertas en realinear cuerpo, alma y espíritu conectando con la verdadera esencia del ser, sanando heridas vitales, asistiendo a los moribundos en su transición al más allá. Eran,

fundamentalmente, “parteras del alma”, guardianas de la muerte que infundían salvación a través de los aromas. Hay estudiosos que aseguran que la mirófora más destacada, capaz de eludir el secretismo que su casta dictaba, dejando su impronta en la cadencia del tiempo a través de los textos bíblicos y evangelios gnósticos, fue María Magdalena (Warner, 2018).

> […] Vino una mujer que tenía una caja de alabastro de ungüento de nardo puro muy precioso; y ella rompió la caja y lo derramó sobre su cabeza.
> Evangelio de Marcos 14:3

Hay quienes mantienen que María Magdalena fue *qedesha*, una mujer de estatus sagrado que desempeñaba un importante papel ritual junto a sacerdotes y parteras. Una diosa oculta por el judeocristianismo de méritos velados, que siempre personificó el arquetipo de lo divino. Algunas teorías la asociaban a la diosa judaíta Asera, la Astarté de la religión cananea o la propia Afrodita griega, la diosa de la belleza, la sensualidad —y cómo no—, de los placeres del perfume. Citando a J. P. Brown (2014), la Venus o Afrodita de Pafos, ciudad chipriota, no es sino una representación local de la misma Astarté, venerada en un recinto del que los textos antiguos destacan su “altar fragante” y el “olor dulce de su templo”, en clara relación a la utilización de inciensos y perfumes. Los profetas clamaban contra ella, a la que se adoraba en los lugares altos, rodeada de ofrendas, perfumes e inciensos, igualmente execrables. Los profetas también rechazaban aquellos inciensos debido a su carácter narcótico. Se asocia a Astarté con el enebro, el ciprés y el pino, además de la flor de loto y la adormidera […] esencias narcóticas que formaban parte de los inciensos utilizados ampliamente en todo el Oriente Próximo. La diosa se vincula también al loto egipcio, al igual que la sumeria Inanna, la acadia Ishtar, la fenicia Anat y las egipcias Isis, Hathor y Nut […] la misma diosa, pero vista desde aspectos culturales diferentes.

No se puede negar el carácter sagrado que siempre ha inspirado la figura de María Magdalena, representada especialmente en la pintura medieval con un halo o *nimbus* sobre la cabeza, atributo del dios Helios, dios del Sol, el sexto cuerpo en la ciencia yóguica que representa la unión sagrada entre cuerpo y mente, la máxima elevación espiritual, y un cáliz, ricamente ornamentado, como simbolismo de sus recetas sagradas. Al margen de doctrinas cristianas y fábulas paganas, paralelismos *dévicos* y conclusiones ideológicas o filosóficas en torno a la misteriosa figura de María Magdalena y su auténtico papel en la historia, en el asunto que nos ocupa nos centraremos en su cualidad de mirófora o sacerdotisa de los óleos perfumados, experta en el sagrado arte de la unción.

La Magdalena penitente, Tiziano (siglo XVI).

Ungir se remonta al principio de los tiempos, al ADN de nuestro propio subconsciente, impregnar de la gracia de Dios mediante aceites ritualizados. Atendiendo al étimo, *Mesías* en hebreo es 'el ungido'. Jesús Cristo es, literalmente, 'Jesús el ungido', que deriva de *chrio*: ungir con el aceite consagrado del templo, llamado crisma. Cuando María Magdalena ungió a Jesús, se sirvió del nardo indio (*Nardostachys jatamansi* o espicanardo) importado del lejano Himalaya, uno de los siete inciensos secretos asociado a la diosa Afrodita, enumerado en uno de los papiros mágicos griegos (*Papyri Graecae Magicae*): *El octavo libro de Moisés*.

Se podría decir que hasta el propio Moisés fue un miróforo, pues fue instruido en el oficio sacerdotal en los templos egipcios, y el aceite de unción judío del Tanakh [29] es muy similar en propósito e ingredientes al ungüento de unción sagrado egipcio Madjet, el ungüento de unción del templo sagrado que pronto descubriremos. Parecía haber algo más tras la sombra de aquella unción, "con el perfume más costoso con el que se podía contar". Una mención que aparece en los cuatro evangelios canónicos del Nuevo Testamento cristiano: Marcos, Mateo, Lucas y Juan, y lo hace poseyendo un "frasco de alabastro de aceite fragante" o una "caja de alabastro que contiene un ungüento de nardo puro", muy preciado, con el que procede a ungir a Jesús. En unas versiones se cita la cabeza, en otras, que fueron los pies después de su crucifixión y muerte. Sea como fuere, como uno de los

botánicos aromáticos más antiguos, el nardo, también llamado *nardin* o raíz de almizcle por sus matices acres y animálicos, fue muy apreciado por las primeras civilizaciones egipcia, hebrea e hindú, con una larga tradición de uso en ceremonias religiosas, como perfume valioso, medicina tradicional e incienso sagrado.

El nardo se consideró un verdadero lujo en el antiguo Egipto. Con él se elaboró uno de los perfumes egipcios más venerados: *nardinom*, una elaboración del rizoma de nardo puro en aceite de moringa, también llamado *Merhet Nar*, que se guardaba en frascos de alabastro para conservar su fragancia e integridad, posiblemente la misma receta que María Magdalena utilizó en la transición de Jesús. El porqué del nardo en la unción del Mesías, y no el olíbano o la mirra, resinas preciosas que incluso fueron ofrenda de los reyes de Oriente en su propia natividad, sumerge las raíces —y nunca mejor dicho— en las creencias hinduistas y la propia ciencia del ayurveda.

Con interesantes credenciales a nivel terapéutico, el nardo también presume de inquietantes propiedades energéticas o espirituales: su complejo aroma seda la mente e infunde una poderosa sensación de paz, impulsando el sentimiento de liberación, rendición espiritual, ampliando la conciencia y la devoción divina. Es posible que María Magdalena, como sacerdotisa de los perfumes, guardiana de la sabiduría esotérica celestial, maestra en custodiar y asistir a los agónicos en su tránsito hacia la muerte, tuviese claro que el aceite sagrado de nardo fuese el más apropiado para la liturgia *crística* (crisma: unción) y facilitar la travesía del Señor hacia planos superiores. La comunión con Dios. Aunque hay quienes sostienen que el preciado aceite de unción también estaba compuesto por mirra (Bascuñana, 2019), la resina de las diosas egipcias, una sinergia que infunde gran sensación de paz. La mirra siempre estuvo vinculada a la muerte, según creían los antiguos, por impulsar la apertura espiritual y abrir el corazón al perdón (Warner, 2019).

Ungir con óleos consagrados en los ritos funerarios del antiguo Egipto e invocación a los *neteru* (divinidades) en los templos fue una antigua práctica que extendió su linaje hasta el propio catolicismo con el sacramento de la extremaunción (última unción), vigente hasta nuestros días. El uso religioso de aceites aromáticos de unción e incienso en el culto y los ritos funerarios parece haber sido transmitido de los egipcios a los incipientes judíos que vivieron en Egipto alrededor del año 1200 a. C., y en particular en Alejandría alrededor del año 500 a. C., con sus ingredientes prescritos y reglas de uso, siendo relatado nuevamente en los capítulos judíos del Tanaj y del Antiguo Testamento del Éxodo. Los primeros cristianos judíos que se incorporaron por primera vez a Alejandría también adoptaron la práctica de ungir a los muertos o moribundos con aceite consagrado, y esta continúa en las liturgias católicas

de hoy.

Merhet: los siete aceites sagrados egipcios

Los egiptólogos llegaron al término *merhet* por un curioso símbolo hallado en los descubrimientos arqueológicos, inscripciones en templos y tumbas, recipientes y papiros que sintetizaban los más de 3.000 años de historia del antiguo Egipto. Ese símbolo estaba representado por un único jeroglífico, una silueta de jarra o vasija genérica. Se reconocieron hasta siete variedades de *merhet*; lo curioso es que cada una de ellas se representó con un símbolo de vasija distinto. Siete formas para siete recetas sagradas, las más primitivas, encontradas en las profundidades de la pirámide escalonada de Saqqara.

Estos misteriosos aceites de unción a menudo se referían en las inscripciones como "el ojo de Horus", según los estudiosos, una clara alusión al concepto egipcio de "abrir mágicamente el ojo espiritual", la glándula pineal o *chakra ajna*, para los hinduistas. Se pensaba que estas fragancias invocaban el aliento divino o *akh* a cualquier cosa que fuera ungida con ellos. Lo *akhnificaba*, lo sacralizaba.

Inicialmente fueron valorados como óleos para el embalsamamiento, pero también como ofrenda a los *neteru*, embadurnando sus reliquias en los santuarios de los templos. Ungir a los muertos no solo pretendía preservar sus cuerpos, sino imbuirlos de fuerza espiritual.

Se dedujo que la unción de los difuntos implicaba verter los aceites consagrados en la cabeza y en sus "siete almas", basado en el estándar de proporción séptuple de los bajorrelieves egipcios. Áreas del cuerpo que, curiosamente, tienen una marcada correspondencia con los siete chakras del hinduismo, pero se piensa que los egipcios vincularon los centros de energía al sistema endocrino y a siete glándulas específicas dentro del cuerpo, vitales para la salud. De este modo, las suprarrenales se vinculan al primer chakra; las gónadas al segundo; el páncreas al plexo solar; el timo al chakra corazón; el tiroides al quinto chakra; la hipófisis-pituitaria al denominado tercer ojo y pineal, al chakra corona, la unión con lo divino. El ritual de unción incluía una serie de recitales, y cada recitación implicaba ungir con un aceite diferente, una unción secuencial de los siete *merhet*, siempre con el dedo meñique y un toque ligero, tal como se escenifica en la capilla de Abydos, en el templo funerario del faraón Seti I en un grabado en el que este unge a Ra Horakhy.

1. El *Khat* —el cuerpo físico— se correspondía con el aceite de Seti Heb, aroma de festival, compuesto por betún orgánico de origen vegetal, concentrado de resinas (varios

tipos de olíbano), semillas de abeto (se puede suponer que se refería a agujas) y otros ingredientes que todavía no se han descifrado con claridad.

2. El *Sah* —el cuerpo espiritual—, aceite de Hekhenu o aceite de júbilo, con alquitrán de pino, *Pistachia terebinthus* o aceite de lentisco, Boswellia, tal vez papyfera, frereana y sacra, y posiblemente flores de acacia.
3. El *Ba* —el alma—, óleo Sefet o aceite de abeto, con bálsamo de abeto, olíbano, aceite de ricino y asafétida.
4. El *Ab* —el corazón como asiento de la conciencia—, aceite de Nekhenem, el más alquitranado de todos, con brea de pino, aceites de pino carrasco y terebinto y gilsonita (betún).
5. The *Shut* —la sombra—, óleo de Tuat, con una composición similar a la receta de Nekhenem, pero añadiendo olíbano.
6. El *Ka* —la chispa vital o genio interior—, aceite Hat en Ash o cedro de primera clase, con brea de pino, gilsonita, aceite de cedro y semillas de fenogreco.
7. El *Akh* —el espíritu o cuerpo de luz—, aceite Hat en Tjhenu o libio de primera clase, con alquitrán de pino, fenogreco y bayas de enebro.

Hay un nexo común entre todos estos óleos y es su matiz negruzco, por el betún y el alquitrán de pino de las formulaciones, excelentes conservantes. Pero más que por su acción de preservación, se piensa que dicha negrura estaba atribuida al dios Anubis —el guardián de las tumbas, dios de la muerte y protector de las almas—, cuyo color negro y su papel relevante en el embalsamamiento justificarían la tonalidad. Los egipcios consideraban el color negro, al que llamaban *kem*, como el más sagrado, ya que representaba no solo la tonalidad del fértil limo del Nilo, sino el símbolo de la Duat, el más allá. En egipcio, Egipto era *Kemet*, la tierra negra, y los *neteru* asociados con el más allá, Atum, Osiris y Khepri, a menudo se representan con piel negra. Por tanto, el proceso de embalsamamiento con la unción de estos óleos sagrados significaba *osirificar* al difunto, ennegrecerlo para deificarlo.

Capítulo 2

La Antigüedad fragante

Fechar y ubicar geográficamente el perfume en la historia es algo que ni historiadores ni estudiosos han podido precisar. Muchos apuntan a las tablillas cuneiformes de la antigua Mesopotamia del 2000 a. C. como primera referencia y la única receta que sobrevive, donde se cita a Tapputi, la primera química perfumista, que elaboró un sofisticado perfume para su rey. Pero mucho antes, en el 4500 a. C., hay vestigios de los primeros escritos sobre ingredientes aromáticos en China.

Los arqueólogos piensan que el arte de elaborar fragancias comenzó en India en el 3000 a. C., con la civilización del valle del Indo, al encontrase el artefacto de terracota para destilación más arcaico, encontrado en Harappa (actual Pakistán), ciudad clave de esta antigua civilización. Y los registros escritos de lo que podría considerarse el primer libro de perfumes se remontan al 890 a. C., un presente con el que los reyes armenios obsequiaron al rey de Mesopotamia, Tukulti-Ninurta. Lo que sí parece claro es que aquella receta de la adelantada Tapputi marcó la tendencia aromática del mundo antiguo: aceite, raíz de cálamo, ciprés, mirra y bálsamo [30]. Ingredientes habitualmente presentes en la avanzada y sofisticada perfumería egipcia y, por herencia, en la griega y la romana.

Pero el uso de la fragancia en el mundo antiguo fue más allá de la combustión de incienso en la liturgia. Los registros indican que los sahumerios también fueron usados como perfume, en el sentido literal del término, especialmente entre las clases altas y en los harenes, como el del rey Salomón. Thomas Nelson (1995) explica que en el periodo persa (550 y 330 a. C.), que dominó Asia central, las mujeres encendían un pequeño fuego con carbón haciendo un hoyo en el suelo. En una especie de quemador se vertía aceite fragante con sándalo, clavo, mirra o rosas. La mujer se agachaba desnuda sobre la suerte de incensario, con una túnica sobre la cabeza que cubría el cuerpo y, mientras la dermis se humedecía por la acción del calor, los poros dilatados absorbían la fragancia que quedaría impregnada en la piel. Un equivalente del ancestral *dukhan* [31] sudanés, los baños de humo fragante

que se realizaban las mujeres con fines aromáticos, afrodisiacos y medicinales. Este curioso rito se realizaba cavando un hoyo en el suelo donde se depositaba carbón y, sobre él, maderas de sándalo y la exquisita Acacia seyal (Talih), para concluir ungiéndose con karkar, un aceite ricamente perfumado.

Es una de las formas más curiosas y sofisticadas de perfumarse, que también se desarrolló en el lejano Oriente con el hábito de "incensar" los kimonos con los vapores aromáticos de las brasas. Pero, al margen de las combustiones, la práctica más habitual de preparar aromáticos fue mediante el uso de sustancias mantecosas u oleosas, procedentes de animales o vegetales, como el aceite de oliva —*omphacium* [32]—, la sustancia más venerada de los perfumes de la Antigüedad, que absorbían el aroma de flores, resinas o hierbas mediante el sistema de enflorado o maceración, sumergiendo la materia perfumada en las grasas, hasta que quedasen embebidas de su aroma. Estos elixires oleosos se usarían a modo de ungüento, masajeando el cuerpo, lo que, a su vez, haría las veces de medicamento. También se maceraban en vino, como el famoso *kyphi* egipcio, lo que podría considerarse la primera base alcohólica de la historia que, además, agregaba su inconfundible aroma. *Kyphi* no solo fue un incienso sagrado; su forma de elaboración, en pequeños *pellets*, permitía ser masticado e ingerido, convirtiéndose en un medicamento de primer orden, especialmente para dolencias gástricas.

En el mundo clásico, el perfume cumplía tres funciones: culto a los dioses y honrar a los muertos, servir de medicina y fomentar el erotismo en las artes amatorias. Lo que viene a ser el *Trivarga* [33] hindú: *dharma, artha* y *kama*, los tres propósitos de la vida del humano a los que puede aspirar mediante el poder del perfume. La elaboración de las fragancias antiguas, absolutamente alquímica y artesanal, resultaba lenta y compleja. Primero cultivar la materia aromática, cosechar y secar, macerar, prensar, destilar o exprimir hasta obtener los jugos para después "cocinarlos" o trabajarlos con calor, y madurarlos hasta que el proceso quedase completo.

Según el médico bizantino Pablo de Egina, para elaborar el *mendesiano*, el perfume más caro, selecto e importante de la Antigüedad tanto para egipcios, griegos como romanos, su base, el aceite de balanos (*Balanites aegyptiaca*), debía hervir durante 10 días con sus respectivas noches. Después se agregaba la materia aromática (mirra, canela y resina de cedro o pino) en frío y se debía remover durante 60 días. Solo así se podía obtener el perfume más fino, elegante y complejo de la época clásica.

Además de la maceración y el enflorado, hay vestigios de otros sistemas de extracción de perfume, como la torsión o el prensado, representado en grabados egipcios, un procedimiento que consistió en poner los ingredientes

en una especie de tela o gasa sobre un búcaro de barro. El tejido se ataba a dos palos, a ambos lados del recipiente, mediante la torsión en ambos sentidos, se exprimían los insumos, drenando el jugo al búcaro, que luego se maceraría en caliente o frío. Una técnica ya usada por babilonios, egipcios, griegos y romanos, hasta que en el medievo se perfeccionó el arte del destilado mediante alambique de metal, gracias al científico persa Avicena. Aunque hay vestigios de un destilador rudimentario de principios del II milenio a. C., según los restos arqueológicos encontrados en Pyrgos (Chipre) [34], unos hallazgos que atestiguan la existencia de lo que pudo haber sido la mayor fábrica de perfumes de la Antigüedad.

Chipre, junto a Rodas, de donde proviene el famoso *rhodhinon*, más adelante comentado, fueron dos enclaves estratégicos y relevantes para el perfume. Pompeya fue otro gran centro perfumero según refrendan las intervenciones arqueológicas en el complejo Casa de Ariadna [35], una de las *domus* más imponentes de Pompeya. Estos hallazgos, al parecer del siglo II a. C., permitieron encontrar una de las míticas *tabernae ungüentarii*, donde se elaboraban y vendían sofisticados perfumes. Lo que nos legan tales descubrimientos es el uso de aceitunas prensadas como base para extraer las esencias de materia floral, especialmente la rosa de Campania. Sin duda, la rosa salpica las fábulas romanas como el loto azul las egipcias. Ahí están presidiendo los banquetes de Heliogábalo o la unción con perfume de rosa en los fastos funerarios de Héctor para conseguir la protección de Afrodita.

Estas sendas olfativas trazadas en la Antigüedad hicieron escala en varios centros perfumeros neurálgicos: Mendes y Alejandría en el antiguo Egipto; Thmuis (actual Tell Timai) durante el Imperio ptolomeo; Pyrgos (Chipre) en la Grecia clásica; y Pompeya en la Roma imperial. Las florecientes rutas comerciales fomentaron la toma de contacto entre civilizaciones, produciéndose una especie de “polinización cruzada” que generó una mezcolanza de hábitos y ritos que dejaron su impronta en el perfume. Se piensa que las primeras travesías comerciales se hicieron en camello desde el sur de Arabia a lo largo del lado occidental hasta Levante, en las que se transportaban básicamente resinas (olíbano, mirra, pináceas, opobálsamo o bálsamo de Gilead), la materia aromática ubicua y primordial en los elixires de antaño. La hazaña fue evolucionando y derivó en la ruta de las especias de India, uno de los recorridos de larga distancia más importantes, igual que la de la Seda desde China, con la que, al parecer, no solo se importaba el excelente tejido, sino otras sustancias como cannabis, opio y otros enteógenos.

Las travesías por tierra poco a poco fueron evolucionando hacia trayectos por mar, lo que permitió acceder a territorios inexplorados y su exótica materia prima, aunque se piensa que los intercambios entre Egipto y Chipre

posiblemente no comenzaron hasta principios del II milenio a. C., y se expandió con la hegemonía micénica (Peloponeso) que trajo el comercio organizado por todo el Mediterráneo oriental. Así fue como se hicieron con los insumos más costosos y excelsos: la mirra de Punt, el olíbano de Eritrea, el nardo de los Himalayas, jazmín y narciso de India, bayas de enebro de Fenicia o la canela verdadera de Sri Lanka.

El conocimiento de la materia perfumística se reservó a filósofos, médicos, boticarios y sabios. Gracias a sus estudios y compendios hoy disfrutamos del legado de los vestigios perfumados del pasado clásico. El más antiguo data del 2800 a. C., con la enciclopedia herbal y farmacopea de *Pen ts'ao*, un recopilatorio chino con influencias de la alquimia taoísta. También el *Rigveda* indio (2000 a. C.), el texto sagrado más antiguo del hinduismo. O los papiros egipcios, entre los que destaca el de *Ebers* con casi 1.000 recetas, además de los templos, auténticos laboratorios de perfumes, cuyas fórmulas lapidarias esculpidas en sus paredes todavía hoy suscitan grandes incógnitas. Destacan los de Edfu y Atribis, el de Amón en el complejo de Karnak, el de Philae y el templo de Dandera, dedicado a la diosa Hathor.

Teofrasto (siglos IV-III a. C.) fue el primero en prestar atención al asunto de nombrar las plantas, dedicando sus esfuerzos al perfume en su libro 13º *De Odoribus*, de los 37 libros de su *De historia plantarum*, el que se podría considerar el primer compendio del perfume clásico. Dioscórides (siglo I d. C.), con su *De materia medica*, siguió siendo la autoridad absoluta en el campo de las plantas medicinales hasta que la alquimia se hizo paso en el siglo XVII. Sus obras, bellamente ilustradas, fueron una gran fuente de conocimiento que se tradujo a varias lenguas. Entre medias, Plinio el Viejo (siglo I a. C.), quien desarrolló muchas de las recetas e ingredientes de los perfumes clásicos; y a la postre, Galeno (II d. C.), que mantuvo esa sabiduría en los albores de nuestra era.

Egipto. Entre el Eros y el Tánatos

"Levántate como Nefertum del lirio de agua azul a las fosas nasales de Ra".
Libro de los muertos

El *kyphi* ardía, la mirra rebosaba y el loto florecía. Esta podría ser la letanía aromática del Egipto de los sabios. De los faraones y de los sacerdotes. Porque ellos eran los que estaban en posesión del poder, de la sabiduría de las plantas, los elixires y los bálsamos perfumados. Se pensaba, incluso, que los dioses proporcionaron a los humanos el lirio de agua azul o nenúfar egipcio (*Nymphaea caerulea*) —*seshen* (la raíz del sustantivo griego *sous*,

‘movimiento ascendente’; *souson*, ‘lirio’)— como medio para que el alma dejara el cuerpo y se reuniera con ellos. La elevación de su dulce fragancia cuando surge del lodo representaba en sí misma una ofrenda al dios Sol —Ra—, creador de vida. De propiedades sedantes, pero también eufóricas y excitantes, se convirtió en la flor emblema, tanto que fue la representación simbólica de uno de sus dioses, Nefertum, la deidad de las fragancias, nacido del capullo de un loto azul.

Esta curiosidad del nenúfar cerúleo, la flor sagrada que simboliza la vida eterna, el renacimiento y el camino de la iluminación no solo en Egipto, sino en otras religiones, como el hinduismo y budismo, en el imperio de los egipcios cumplía una doble función: no solo representaba la resurrección y el amor sagrado, sino la vida terrenal, la procreación —el nacimiento—. Sus dos alcaloides, nuciferina y apomorfina, son los responsables de esta dualidad. El primero bloquea los receptores de dopamina e induce al trance, por ello se asoció a las ceremonias mágico-religiosas como enteógeno por sus efectos sobre la glándula pineal (tercer ojo), ya que permite alcanzar niveles elevados de conciencia y conexión con el espíritu divino. El uso de la ninfea en ritos está representado en los frescos de las tumbas y en los primeros rollos de papiro, el más importante, el rollo de Ani (*Libro de los muertos*), donde el loto es mencionado y representado en varios capítulos, junto al *Papaver somniferum* (adormidera, de donde se extrae el opio) y la mandrágora, una planta alucinógena de agradable olor con propiedades anticolinérgicas [36] y libido estimulantes. El otro de los componentes, la apomorfina, de cualidades afrodisiacas [37], propiciaba el estado físico y mental adecuado para encender la pasión, sellando ese enlace olfativo entre lo místico y lo mundano, lo físico y lo espiritual, lo divino y lo carnal. Es interesante reseñar que es la parte central de la flor, de color amarillo, la que produce su embriagadora fragancia y donde se alojan las dos moléculas comentadas, lo que hace al nenúfar egipcio tan especial, pues otras variedades de loto, como el loto rosa indio, carecen de la acción afrodisiaca.

Ese vínculo entre creación, muerte y renacimiento fue entendido como la metáfora perfecta de la esencia egipcia. Pero no es tan fácil beneficiarse de los efectos psicoactivos del loto azul. Sus moléculas no se disuelven en agua, sino por inhalación (lo que justifica la inclusión en sus inciensos) o en etanol; por ello, los egiptólogos pensaron que la forma ritual con la que se beneficiaban de las virtudes psicoactivas del loto azul era infusionándolo en vino, tal como atestiguan representaciones artísticas en tumbas o complejos templarios, donde aparece de forma simbólica la sítula [38] abrazada por la flor. Nefertum se convertiría así en el dios egipcio no solo del intensamente fragante loto azul, sino de todos los bellos aromas y perfumes de la naturaleza, especialmente los

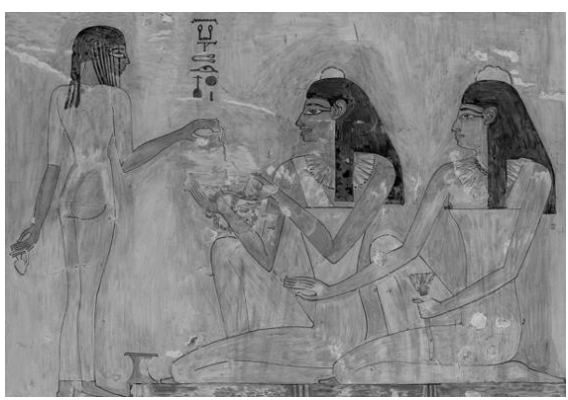
siete aceites sagrados, el olíbano, la mirra y el enigmático incienso del templo, *kyphi*. Se creía que Nefertum, al estar vinculado con la creación primordial y el renacimiento, otorgaba vida espiritual o *ankh*, a través de la inhalación de sus exquisitas fragancias botánicas, es decir, a través de la nariz o, siendo puristas, el sentido olfativo.

Ese simbolismo del loto de Nefertum tuvo connotaciones claramente reproductivas, lo que otorgó carta de naturaleza al perfume como filtro de amor y seducción. Empezando por el propio término con el que se referían a olor: *seti* o *stj*, que también significa 'engendrar' o 'verter', eso muestra la innegable influencia olfativa del olor en la preparación del ambiente para la unión de los sexos, como preludio necesario para la concepción y el nacimiento. Esa presencia del *seshen* en los encuentros tórridos queda patente en las representaciones artísticas de la sección de lo erótico, papiro de Turín (1279-1213 a. C.), donde los lotos azules aparecen en las cabezas de las mujeres mientras hacían malabarismos en intrincadas posturas sexuales. Ese poder de atracción sexual que tenía la hipnótica fragancia del loto azul fue el suficiente impulso para formular Susinum, "el perfume de los mil lirios", y aunque hay fuentes que consideran que estuvo compuesto por *Lilium candidum*, lirio blanco (del griego antiguo *leirion*, generalmente referido a lirio verdadero; a su vez tomado de la palabra egipcia hrṛt, 'flor') (Manniche, 1999), una de las flores más simbólicas en el arte religioso cristiano por estar vinculada a la Virgen, hay quienes discrepan y piensan que ese lirio del Susinum se trata realmente del lirio de agua azul, es decir, *Nymphaea caerulea* o *seshen*, por ser endémico del país del Nilo.

Dioscórides, Plinio y Teofrasto nos hablaron de sus ingredientes y su forma de elaboración (bastante compleja, por cierto), aunque hay ciertas discrepancias entre las recetas. Plinio reseñó como base aceite de balanos, un clásico en ungüentos y perfumes egipcios, lirios, cálamo, mirra, canela, miel y azafrán. Según Dioscórides, los mismos ingredientes, pero añadiendo cardamomo y vino fragante. Un perfume ligero, según Plinio, perfecto para hombres y mujeres, y el más fluido de todos los aceites perfumados. Pero, sin duda, lo que más fue Susinum es la metáfora erótica de la fragancia sagrada, el elixir perfecto para el *ars amandi.* Igual que los controvertidos conos de perfume que vemos coronar las cabezas de muertos y danzantes en festivales, en las escenas cinceladas en las tumbas.

Hay quienes sostienen que los míticos conos de perfume realmente existieron y se utilizaron para acondicionar y perfumar las cabelleras de sus usuarios (Manniche, 1999), y otros que simplemente se trató de un simbolismo y la forma de representar gráficamente la presencia del perfume en ritos y celebraciones, como la egiptóloga Nadine Cherpion (2023). Un

buen ejemplo lo tenemos en las réplicas de la egiptóloga e ilustradora Nina de Garis Davies [39], como *Mujeres en un banquete*, donde podemos ver a las invitadas con los conos sobre la cabeza, una de ellas con una flor de loto en la mano, mientras un sirviente les ofrece un elixir de un pequeño frasquito o ampolla. Lo interesante de la representación es que tiene una inscripción en la parte central que indica "¡Haz un día feliz!", por lo que la lectura de la réplica nos puede llevar a varias interpretaciones: una, que el precioso elixir es un perfume concentrado de acción psicoactiva o erótica, o que el contenido de la preciada ampolla es una mezcla de hierbas y narcóticos que se echaba al vino para entrar en cierto estado de trance. En otras representaciones aparecen las invitadas con coronas de flores de loto sobre sus cabezas, los conos de perfume, lotos en sus manos y ofreciéndose entre sí flor de mandrágora, otro de los psicoactivos utilizados en la época con los mismos fines: psicoactivos y afrodisiacos. La conclusión a la que llegan expertos, como Cherpion, es que estas representaciones expresan una idea y dos conceptos: ofrenda que sugiere la libación perfumada mediante la grasa que se va derritiendo y cayendo sobre las cabezas para deificar a los humanos, así como la creencia de reencarnación de los muertos que, como ya se ha desarrollado, llevaba implícito el uso del perfume. Ofrendas perfumadas en festivales, posiblemente en honor a Hathor, "la ministra de las borracheras y la mirra", dama de los cielos y señora de Tebas (necrópolis), diosa de la maternidad y la sexualidad femenina. Festivales como el de Tekh (de la embriaguez) o "el bello festival del Valle", donde se disfrutaba del perfume de varias formas, como un híbrido entre el mundo de los vivos y los muertos, temas centrales de las celebraciones egipcias.



Mujeres en un banquete, reproducción de Nina de Garis Davies (1925) de un fragmento de la tumba de Rekhmire (Alto Egipto, Tebas, Sheikh Abd el-Qurna). Colección de facsímiles del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York.

El misterio de los conos fue descifrado en 2019, cuando un equipo de arqueólogos encontró evidencia física de estos artefactos tras las excavaciones en la necrópolis de Amarna. Se halló en el esqueleto de una mujer y se constató que no era de grasa, como se pensaba, sino de cera, posiblemente de abejas, la única cera biológica que usaban los egipcios, su textura era quebradiza y de tacto sedoso. El cono estaba hueco cuando se encontró, lo que lleva a pensar que la cera era la mera cubierta y su interior podría haberse rellenado con algún tipo de compuesto fragante, o de mirra (*antyw* o antiu, la mirra de mejor calidad procedente de las tierras de Punt), la esencia por excelencia que mejor simbolizaba el verdadero carácter de la perfumería del antiguo Egipto. El ungüento de mirra (*stakte* o estacte) fue el único perfume con un solo componente que simplemente se hacía prensando la mirra y disolviéndola en aceite de balanos a fuego lento, con una longevidad inquietante (más de 10 años si estaba bien almacenado, según Manniche). Además era ingrediente casi ubicuo que casaba bien en fórmulas compuestas, como el famoso *kyphi*, el *metopion* o perfume de gálbano, o el *kuprinon*, el perfume de flor de henna.

En el Egipto clásico no se complicaban, el nombre que daban a sus perfumes estaba íntimamente vinculado a su origen o ingredientes: *irinum*, para el perfume de iris; *mendesiano*, por fabricarse en Mendes, o *nardinom*, uno de los más costosos, elaborado con nardo indio, aunque probablemente también llevaba olíbano o mirra. Este fue el preferido de la reina Hatshepsut, su complejo aroma terroso y dulzón también conquistó a Tutankamón, y se convirtió en uno de los perfumes egipcios más venerados en Roma, donde lo llamaron *nardinum*. Pero si hablamos de perfume icónico, ese fue el *mendesiano*, también llamado Megalium, en honor a Megalius, el nombre del perfumista que lo creó, o "el egipcio", por atribuirse su origen a la antigua civilización del Nilo, posiblemente a Tell Timai, vecina de Mendes y antiguo núcleo perfumero. Se convirtió en tal objeto de deseo que los barcos viajaban desde Alejandría hacia el resto del Mediterráneo cargando esta fragancia tan valiosa. Tanto que de ella hablaron Teofrasto (siglos IV-III a. C.); Dioscórides, Plinio, Erotiano y Critón de Eraclea (siglo I d. C.); Galeno y Ateneo de Naucratis (siglo II d. C.); Aecio de Amida (siglo VI d. C.) y Pablo de Egina (siglo VII d. C.), que fue quien desarrolló su compleja forma de elaboración en su compilación médica titulada *Hypomnema o Memorandum*.

Fuentes griegas y latinas coinciden en que los ingredientes fueron los mismos: aceite de balanos como base, mucha mirra, resina de pino y casia (canela). Una mezcla muy suculenta que, al parecer, también fue la predilecta de la ptolomea Cleopatra VII (siglo 69 a. C.), la última faraona del antiguo Egipto, según los restos encontrados en la vetusta Thmuis [40], centro perfumero

y origen del afamado *mendesiano*. Con este perfume la reina se embadurnaba frecuentemente los pies —y posiblemente el pecho—, una costumbre griega sujeta a la teoría de que el perfume en los pies envolvería todo el cuerpo y ascendería gradualmente hasta la nariz, y que los senos eran el asiento del corazón, por lo que la acción de sus ingredientes alimentaría el alma.

Mucho se ha fabulado sobre la mítica Cleopatra, de sus baños con leche de burra para preservar la belleza de su piel o su gusto por la esencia de rosas con la que embadurnaba todo a su paso. Pero tampoco hay pruebas de que eso fuera así. Lo único que nos queda de la faraona más ambiciosa y seductora de la Antigüedad son retazos de historia propuestos por Plutarco, quien decía que se sirvió de los óleos sagrados —reservados para las ceremonias funerarias de unción y ofrenda a las reliquias de culto, como las estatuillas de los dioses— para ungir su cuerpo y deleitarse con el sagrado aroma. También utilizó mirra, aceite sagrado ofrendado a las diosas, y otros aromáticos, como el jazmín, símbolo de belleza y tentación femenina (¿quizá por sus índoles afrodisiacos?). Cleopatra siempre fue un misterio, pero nos quedan múltiples recetas "milagrosas" de las que pareció servirse la reina, provenientes del *Kosmetikon*, conocido en el siglo I de nuestra era. Sin embargo, Pablo de Egina asegura que muchas recetas de sus perfumes se encuentran en otro libro, *Cleopatra Gynaeceum Libri*, descubierto en el siglo VII (Kukso, 2021), que se podría traducir como "el libro de la *toilette* de Cleopatra" y que, al parecer, eran muy precisas y sofisticadas: abluciones con aguas perfumadas, unciones con aceite de comino negro (*Nigella sativa*), baños con leche agria, miel y pétalos de rosas, además de otras composiciones con raíz de iris, azafrán, *Cistus ladanifer*, nardo indio, olíbano, vinagre, arcillas, aceite de laurel y de oliva.

Pero lo que quizá se sepa menos es que Cleopatra, epítome de la astuta persuasión, entre sus múltiples estrategias de seducción ingería pequeñas cantidades de trementina (la resina del árbol *Pistacia terebinthus* o cornicabra) y bayas de enebro con el fin de conferir a su orina un delicado matiz a violetas. Una práctica también habitual en la India védica, donde se estilaban los "perfumes bebibles", aguas aromatizadas que serían exhaladas por los poros de la piel para asegurarse el buen olor. El misterio de Cleopatra, al parecer, es que los componentes de la trementina (igual que las bayas de enebro), al metabolizarse, se convierten en iononas (Petroianu, Stegmeier-Petroianu y Lorke, 2018) [41], las moléculas fragantes del iris y la violeta, logrando de este modo que sus orines tuviesen un agradable aroma floral. Al parecer, este descubrimiento podría derivar del mítico *kyphi*, el perfume sagrado más comentado y polémico del Egipto faraónico, ya que, aparte de su principal función —incienso vespertino del templo—, también se prescribió

como medicina para múltiples dolencias, masticando los *pellets* como si fuera goma de mascar. *Kyphi* contenía tanto bayas de enebro como terebinto, y también se prescribió como una especie de "jarabe", además de supositorio vaginal para problemas ginecológicos, según Hipócrates: *"Is etiam (fructus terebinthi) in vino et aqua dilutus et potus, fluorem muliebrem sistit"* (diluido en vino y agua y bebido, el fruto del terebinto también detiene el flujo femenino).

Muchas incógnitas subyacen de la legendaria Cleopatra, vinculada con la diosa Isis, encarnada en la griega Afrodita, la diosa de la belleza y el amor. No en vano se le atribuyó un gran consumo de afrodisiacos, incluidos perfumes y opiáceos, se sumergió en baños con infusión de cardamomo y se ungió con canela, dos sustancias libidinosas por su acción calorífica y estimulante. Su pasión por el perfume la demostró en todas las facetas de su vida, incluso en su propia muerte, cuando su cuerpo fue embalsamado con aceite de cedro, canela y mirra, recubierto de resina de acacia (goma arábica), símbolo de renacimiento, inmortalidad y victoria espiritual.

La dualidad olfativa griega: los placeres de Afrodita y los misterios eleusinos

Cuentan de ella que a su paso dejaba una ambrosiaca estela de rosas. Las rosas más fragantes que el universo hubiera podido crear. Su sensual belleza era comparable a la delicadeza de los pétalos de tan hermosa flor, cincelada, según dicen, a su imagen y semejanza. También cuentan que ritualizaba su cuerpo con aceites aromáticos para seducir y aumentar su beldad y enorme atractivo. Tanto que tenía a su disposición un arsenal de esencias a ella vinculadas en la hermosa Pyrgos, su hogar. Cilantro, bergamota, laurel, mirto, lavanda o romero. Las más divinas esencias dispuestas en hermosas e intrincadas ánforas que entre sus manos cobraban magia. Esos elixires surcaron las leyendas y conquistaron sin ambages la historia bajo el apelativo de afrodisiacos, en honor al nombre de su bella dama, quien los gestó e imbuyó de encanto.

La hechicera Medea manejó la fragancia como un arma mágica para robar el codiciado vellocino de oro, custodiado por un dragón, y la Circe de Homero se sirvió de su vasto conocimiento sobre pociones perfumadas para transformar a sus víctimas en animales usando una bebida mágica de flores y hierbas. Igual que Panacea, que las utilizó para sanar. El perfume de Helena de Troya decían que competía con su inconmensurable belleza, porque lo formuló la mismísima Afrodita. Fénix, símbolo de transformación e

inmortalidad, el ave mitológica que vivió en un nido de perfumes (ramas de roble, rizomas de nardo y fragmentos de canela y mirra), resurgía de sus llamas con aroma a incienso en un bucle infinito de muerte y renovación. Pythia, la sacerdotisa, bebía infusiones del hipnótico laurel para obtener respuestas de los dioses. Adonis nació de la princesa Myrrha y así adquirió su reconfortante y atrayente olor. Y Narciso fue tan bello que incluso se puso su nombre a la emblemática flor.

Escudriñar la herencia olfativa de la Grecia clásica pasa por sortear las quimeras y cuestionar las estrofas fragmentadas de su legado ideológico, para entender lo que en realidad pudo haber sido aquella egregia cultura. Circe, Medea, Pythia, Deméter, Afrodita, Hécate o Ifigenia. La exuberancia de reseñas femeninas demuestra la clara *thealogía* (*thea*, 'diosa', *logos*, 'ciencia') imperante en el paganismo griego clásico. Sacerdotisas, pitonisas, hechiceras o hetairas; sabios, poetas, alquimistas, atletas, médicos y filósofos se disputaron la hegemonía del Olimpo y las polis. Arquetipos del helenismo que forjaron la gran epopeya griega. Una epopeya contada por Homero, Hipócrates, Arquímedes, Teofrasto o Platón, asumiendo el bastón de mando del discurso del mundo antiguo, marcado por la dualidad, como ya lo asentaron los sabios taoístas con su yin y yang. Apolo y Dioniso, el paraíso y el inframundo, el bien y el mal, la quietud y la pasión, lo sagrado y lo carnal. No es de extrañar que el término *pharmakon* (la raíz de nuestra moderna farmacia) designase tanto veneno como remedio, perfume o pócima. Y todo giró en torno a ello. Hasta el sentido de sus filtros de amor: los que inspiraban ternura y cortejo (Apolo) y los que despertaban la lujuria y la satisfacción carnal (Dioniso); los castos y los oscuros, los secos y los húmedos, elaborados con ingredientes muy precisos, como rosas (vinculadas a Afrodita y la energía de amor universal) o canela y cardamomo (de acción rubefaciente al incrementar el calor e impulsar el bombeo de sangre).

El cariz erótico del perfume solía provenir de su origen exótico, como atestiguó Heródoto sobre Arabia, "ningún otro lugar de la Tierra huele igual", la única que produce olíbano, mirra, canela y ládano. Pero los griegos "tiraron" más de las plantas típicas del matorral mediterráneo, como la rosa, la mejorana, el mirto o el azafrán, que de aromáticos foráneos, como bien expresaron los himnos homéricos (cuando Hera se ungió de aceite perfumado para seducir a Zeus) o los poemas de Safo de Lesbos [42]: Y yo le respondí así: ve y sé feliz y acuérdate de mí, sabes cuánto te amamos; pero si no lo recuerdas, entonces quiero que recuerdes

> […] todos los lindos momentos que vivimos juntos, porque a mi lado pusiste en tu cabeza muchas coronas de violetas, rosas y azafranes y alrededor de tu delicado cuello, muchas guirnaldas de flores encantadoras, y con ungüento regio, te perfumaste y en camas suaves […] apaciguaste tu deseo.

Todo el universo lírico de Safo aparece salpicado de la imaginería de

flores fragantes y óleos perfumados, una estrecha conexión con el culto *afrodisiano* y los rituales iniciáticos. La presencia de una flor es un signo claro de teofanía de la diosa, una marca de identidad de Aphrodisia como dimensión olorosa imbuida de *charis*, esa gracia, encanto y halo luminoso que solo la divinidad podría poseer. Entender la dimensión erótica griega ligada al perfume pasa por asimilar el simbolismo de una flor: su ímpetu fragante es intenso, pero fugaz, como la belleza y el eros sexual, de manifestación repentina y rápida consumación. Es la razón por la que la rosa siempre se mantuvo unida a la diosa, la única flor cuyo olor intenso destaca de entre el resto de las flores primaverales, pero es la última en brotar y la primera en fenecer, un paralelismo claro con la esencia de la belleza y el placer.

Safo, Charles Gleyre (1867). Esta representación deja patente la conexión de la poetisa griega con las fragancias. Con un gran incensario a la izquierda y un pequeño alabastrón sobre la mesa, donde Safo inicia su ritual nocturno, depositando lo que muy posiblemente sea aceite perfumado en la lamparilla de aceite.

Rosa, mirto y mejorana fueron las especies siempre ancladas al jardín fragante de la diosa del amor y, en el caso de la última, por una curiosa analogía. El óleo de mejorana dulce —*amárakos*— (*Amaracus*) se utilizó para

tratar problemas ginecológicos por disipar la hinchazón uterina. Según Dioscórides, “reaviva a quienes están en estado de asfixia uterina y alivia los dolores de las ingles y la espalda baja”. Se prescribieron sahumerios con mejorana en “las partes íntimas”, un protocolo fragante pero eficaz para tratar problemas femeninos. Y la mente hizo el resto. Esa asociación del olor de la hierba aromática en contacto con el cuerpo femenino hizo atribuirle connotaciones sexuales y lo convirtió en el aroma de una mujer, el perfume de la seducción.

Pero el *Amaracus* nos trae mil anécdotas más que contar. Una, convertida en curiosa leyenda: dicen que *Amaracus* fue un esclavo, el guardián del perfume del rey de Partia. Y un día, mientras trajinaba con una bandeja repleta de esencias, tropezó y cayó. Las más selectas fragancias dignas de un rey se rompieron y mezclaron accidentalmente, creando un aroma completamente nuevo, un olor que iba más allá del tradicional efluvio de las flores. Así surgió el *regale unguentum*, según Plinio, “el colmo del lujo”, la última palabra en perfume. Una serendipia que propició el concepto de *fino amaricino* para definir las fragancias más suntuosas, las mejor elaboradas, independientemente de si en su receta aparecía la mejorana o no. Eso impulsó a Teofrasto a sentenciar que “los olores, como los sabores, se deben mezclar”. *Regale unguentum* fue el perfume que mencionó Safo en su estrofa —el ungüento regio— y uno de los más codiciados en la Grecia de la época. Y la mejorana se convirtió en símbolo de belleza y feminidad, *Cinge tempora floribus*, rezaban las alabanzas al dios Himeneo en el epitalamio [43] de Catulo sobre la boda de Junia y Manlio, “oh, Himen Himeneo, ciñe tus sienes con flores de mejorana de suave olor”, hasta que pasaron a adornar las cabelleras de las jóvenes novias como distintivo de virginidad y juventud, y unas ramitas de mirto, para obtener la bendición de Afrodita. Nada hubo más erótico en la Grecia clásica que las campiñas exuberantes de follaje, prados con flores primaverales y jardines de rosas y manzanos, porque en ese edén habitaba la diosa y solo él podía ofrecer garantía de placeres sexuales.

El lirio blanco fue otra de las delicias de Afrodita, porque su blancura y fragancia competía con la nívea piel e intenso aroma de la diosa. Esa blancura convertía a la mujer en un objeto de deseo —cuanto más blanca fuese, más femenina y, por tanto, más fértil—; para ello se embadurnaban con mascarillas de leche por las noches y albayalde por las mañanas. Recetas a buen recaudo en el recetario de técnicas de seducción tanto de amas de casa como de las agraciadas hetairas, ese cuestionado grupo demográfico de mujeres libres, artistas, contertulias y expertas en la oratoria y las artes amatorias. Esas bellezas griegas tan solo cubiertas por la languidez de las gasas plisadas de sus túnicas exiguas —peplos—, como bien las reflejó en sus

lienzos el neoclásico John William Godward. Friné, Aspasia o Lais de Corinto, ellas fueron el escalafón más alto de la mujer griega, enteramente dedicada al cuidado de su cuerpo y la preservación de su juventud como reducto de su buena vida. Una vida que fue plasmada en los míticos *louterion*, las vasijas o pilas de agua cerámicas siempre presentes en los gineceos [44], auténticas obras de arte de la época y testigos implacables de sus hazañas y costumbres, como una especie de "noticieros" donde se documentaban las buenas costumbres que una mujer debía seguir para estar bien considerada. Gracias a estos *louterion* podemos saber cómo se acicalaban las mujeres, tanto hetairas como señoras de la casa, dos estatus bien distintos que solo coincidían en la *toilette*, esmerada, refinada y de meta común: epatar al hombre.

Bien fuese sujetando un alabastrón [45], dando claras señas del profuso uso del perfume en la época, otra lavándose y una tercera apresurándose a vestirse, todas ellas estaban deseosas de lucir sus encantos. Que para eso pasaban buena parte del día bajo la dictadura del espejo. Joyas, adornos, ungüentos perfumados y cosméticos para mantener el cutis claro, pigmento rojo para las mejillas, según dicen, extraído de una flor espinosa proveniente de Egipto, tintes para el cabello (el rubio fue el más *cool* entre las cortesanas), distintos postizos para infinidad de peinados: rizados, trenzas, rodetes, bucles y pelucas, conformaban el arsenal personal de las damas.

Alabastrón egipcio de loza (1070-664 a. C.), con grabados de flores de loto y rosetas con una inscripción jeroglífica entre ellas, de la colección de arte egipcio del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York.

La mujer que usaba perfumes lo hacía para tejer una trama seductora consciente en la que la pureza y dulzura innatas de su juventud se

entremezclaban con el encanto de lo artificial. Todas tenían buenas razones para mantenerse bellas: la hetaira debía retener consigo a su amante, sin otro compromiso que el del placer; la señora de la casa, con más derechos sobre su esposo, pero con una férrea competencia, pues debía mantener alejadas a concubinas, esclavas, bellos y cultivados efebos o cortesanas.

El análisis de los *louterion* para el ojo moderno es meridiano: el hombre podía aparecer desnudo y glorificar así su propia imagen, cultivaban sus cuerpos, los cuidaban, los exhibían y mostraban su orgullo con sus posturas —canon de belleza universal—. Pero no sucedía lo mismo con las mujeres que, salvo las hetairas o en el único contexto de la higiene, debían cubrir inmediatamente su cuerpo para cumplir con el protocolo de su estricto lugar en la sociedad. El desnudo femenino, en un mundo dominado por el hombre, estuvo mal visto. El escultor Praxíteles solo se atrevió a desvestir a Afrodita con el pretexto del baño.

Pero el perfume en la antigua Grecia tuvo un papel profiláctico, además de mágico y erótico. Desde que en el siglo V a. C. Hipócrates [46] azuzara a los habitantes de la antigua Atenas para fumigar el ágora con robustas hogueras aromáticas y así amedrentar la epidemia que azotaba la ciudad, el incienso pasó de ser un puente entre lo sagrado y lo profano para convertirse en la senda hacia la inmortalidad. Era una receta curativa que alejaría la enfermedad, especialmente la provocada por los miasmas pútridos. Los efluvios resinosos divinos a los que asociamos la Antigüedad quedaron en evidencia por una clara realidad olfativa: las angostas calles de las polis griegas apestaban. Los olores fétidos a estiércol, orines y excrementos —humanos y animales—, basuras y otros desperdicios malolientes pusieron en jaque las narices helenas. Hasta el punto de la muerte.

Fue también Hipócrates quien recomendó los baños aromáticos y el masaje perfumado cada día para alejar la enfermedad. Se consideró la enfermedad como una “desafinación” que podría estar provocada por el mal olor, un desajuste de la energía vital que empezaba afectando al cuerpo y concluía alterando otras esferas del ser, como mente, emociones o *psyché*. Unas teorías muy cercanas al pensamiento chino y, sobre todo, egipcio, el gran inspirador de la *sophia* helénica. Puede que las recomendaciones del gran médico griego desembocaran en los *balaneion*, esos incipientes baños públicos que no solo aliviarían los olfatos grecos, sino que se convertirían en reductos de la salud general de los atenienses. Las fuentes escritas muestran el entusiasmo de todas las clases sociales por estos balnearios desde finales del siglo V a. C. y principios del IV a. C, aunque el apogeo se desinfló hacia el I a. C., época de máximo esplendor romano donde sus *thermae*, más evolucionadas y atractivas, sedujeron a las gentes de la época.

Estos *balaneia* o *balneae* se convirtieron en parques temáticos en los que los griegos, mientras se purificaban, disfrutaban de chascarrillos y lapsus de relax. Contaban con piscinas colectivas de agua caliente, celdas individuales con baño a aspersión denominadas *pyeloi*, estancias con una especie de hornos que hacían las veces de sauna y salas de ungüentos perfumados (posiblemente oliva con macerado de flores y hierbas aromáticas) para cumplir con las recomendaciones de Hipócrates. En los ya comentados *louterion* se reflejaban escenas balnearias de los utensilios que se empleaban, como el estrígilo, el antecedente de la esponja moderna, un instrumento que, a modo de espátula, permitía raspar la piel untada con aceite y cenizas (el jabón de la época llamado *rhymma*) para retirar la suciedad del cuerpo. O los *aryballos*, los pequeños frascos globulares donde se almacenaban los aceites perfumados para la higiene corporal. Pero como era de esperar en la mente griega, estos espacios fueron restringidos a las mujeres y la plebe, quienes se tenían que acicalar como buenamente podían en la comodidad de su hogar, aunque hay fuentes antiguas que indican que tanto hombres como mujeres frecuentaban los baños, así como ciertas evidencias arqueológicas que muestran espacios que podrían haber sido salas de baño solo para mujeres, los denominados *tholoi*. Será el complejo balneario de Fregellae (Lacio, Italia) el que en el siglo III a. C. supondría el mejor ejemplo de transición entre los primitivos baños griegos y las evolucionadas termas romanas.

La pasión egipcia por el perfume permeó las costumbres griegas que hicieron gala del uso de ciertos legados faraónicos, como la mirra, uno de los aromas preferidos de la Grecia clásica. Sus matices vetustos, añejos, coriáceos y dulzones conferían cierta pátina de prestigio y empaque. Así como el *kuprinon/cyprinum*, una de las composiciones más debatidas y cuestionadas por su etimología burlona. Manniche (1999) lo ubicó dentro de la dote egipcia como un perfume a base de flores de henna (*Lawsonia inermis*) —*cypros*— y otros ingredientes, como cardamomo, mirra o cálamo, según en qué receta uno se quiera basar, si la del *kypros* de Teofrasto o el *cyprinum* de Plinio. Sin embargo, se cuestionó la asociación de *kypros* con la flor de henna, por no considerarla endémica de la zona, y se sugirió vincularla con el propio nombre de la isla, Chipre (Cyprus/Kupros), célebre desde la Edad del Bronce por sus aclamados perfumes, como lo demuestran los restos arqueológicos encontrados en Pyrgos. Una isla que, arcaicamente, fue un enclave que destacó por su importancia comercial y fuente valiosa de materias primas, como el cobre (*kupros*), y esos matices rojizos, abundantes en la zona, fue lo que dio nombre no solo a la isla, sino que dotó de sentido al simbolismo de uno de los perfumes clásicos mejor considerado —en honor a Cyprus—, sea cierto que llevase flores de henna, o no. La leyenda de Chipre causó tanto

revuelo y curiosidad que milenios más tarde terminó dando nombre a una de las familias olfativas más destacadas del perfume moderno, en honor a la región con más caché olfativo por lo suculento de su matorral fragante, que siempre hizo gala de aromáticos como el ládano, la lavanda, el romero, el musgo de roble, la rosa o el cilantro. El cómo llegó a asociarse el origen de esta prolífica categoría con Chypre de François Coty (1917) es una larga historia a la que se le hará hueco a su debido momento[47]…

Fue el filósofo y botánico Teofrasto quien desarrolló el arte de la perfumería en la antigua Grecia con *De Odoribus*, dentro de su obra *De Historia Plantarum*, donde se detallaron no solo cómo se elaboraban perfumes compuestos, sino el uso de ingredientes naturales y otros recreados para formular composiciones creativas, el tratamiento de la materia prima, formas en las que reaccionaba la piel en contacto con ciertas sustancias, hasta la mejor manera de almacenamiento y conservación de los productos perfumados. Datos, en parte, extraídos de la sabiduría persa que atesoraba secretos sobre cómo fabricar las más exquisitas fragancias para las élites de la sociedad. Uno de los perfumistas más renombrados fue Megallus, artífice del aclamado *megalium* (o *mendesiano*, ya comentado). El iris de Corinto hizo furor hasta que lo reemplazó el aceite de pétalos de rosas con el que se elaboró el *rhodinon*, que alcanzó gran popularidad. Rhodas fue famosa por su exquisito aceite de rosas de los que derivaron los primeros *rhodinon*, hasta que fueron reemplazados por las variedades de rosa de Campania (Nápoles) en la época romana. Se podría decir que se trató del perfume más antiguo mencionado en el mundo griego, al menos el más documentado, en antiguas tablillas de Pylos y los archivos palatinos micénicos. Algunos aseguran que fue uno de los perfumes con más "picaresca" de la historia. Su fama y abusivo uso se debió más bien a una treta del *marketing* debido a su turbadora tenacidad. Según Teofrasto, el ingenuo aroma a rosas, candoroso y timorato en su salida, terminaba dominando el sentido del olfato que, ofuscado, sería incapaz de apreciar las distintas fragancias que viniesen después. Una táctica de los astutos perfumistas que, ante los clientes indecisos de si comprar o no el mediático *rhodinon*, les rociaban con el perfume hasta que no fueron capaces de percibir ningún otro aroma. *Rhodinon* no estaba compuesto únicamente con pétalos de rosa, se trató de una fórmula compuesta que incluía muchos de los clásicos ingredientes egipcios, como junco oloroso, aspálato o cálamo, con una pizca de sal en cada ánfora para su mejor preservación.

El perfume de gálbano egipcio —*metopion*—, que adicionaba cardamomo, resinas, juncia, mirra, cálamo, vino y miel, también tuvo bastante aceptación. Fueron los aceites vegetales los grandes protagonistas de los *aromatikos*, el 50% de la materia prima de un perfume, según Dioscórides, pero de una

textura más ligera que el que se utilizó para la cocina. *Omphacium*, derivado del aceite de oliva, de gran calidad y abundancia en tierras mediterráneas, fue el predilecto. Pero también se tuvieron en cuenta otras opciones, como el aceite de Ben egipcio, moringa salvaje, muy resistente a la oxidación; el de sésamo, según Teofrasto, hacía la mejor sinergia para macerar rosas, pues enfatizaba su delicado aroma; y mirto y laurel, endémicos de la zona, que además ya ofrecían una exquisita fragancia. Otros insumos: resinas de pináceas, terebinto, lentisco, membrillo, cilantro, tomillo, mejorana, lavanda, salvia, azafrán, romero y todas las hierbas aromáticas que uno pudiese imaginar.

La clase pudiente paseaba por el ágora para hacerse con los mejores elixires de los primitivos talleres de fragancias, un gremio que empezó a ser bastante lucrativo y cuyo desarrollo guardaron con bastante celo. Las composiciones de nardo oriental, canela y otras especias fueron muy demandadas, de precios elevados y a las que pocos podían optar, gracias las conquistas de Alejandro Magno, que fueron incrementando el exquisito arsenal aromático de la remota Grecia. Que para eso logró derrotar al Imperio persa, suponiendo ya una buena base en esto del arte del aroma, llegando al inmenso territorio que incluía Asia Menor, Egipto, el cercano y medio Oriente y el valle del Indo.

"¡Por Hércules, la gente incluso añade perfume a sus bebidas!", exclamó Plinio, una costumbre viviente en otras culturas, como los vinos infusionados con loto azul del antiguo Egipto o las aguas bebibles perfumadas con vetiver, cardamomo o canela de India. En Grecia se decantaron por los vinos resinados, macerados con cáñamo (*Cannabis sativa*) y mirra; también terebinto (el causante del orín con olor a violetas de Cleopatra), canela (de propiedades excitantes) o incluso flores, como rosa o violetas. Pero también especies psicoactivas, como la adormidera del opio (*Papaver somniferum)*, en el contexto de ritos arcanos, cultos a deidades o las *incubatio* [48] celebradas en los templos de Asclepio, el dios con el don de la sanación y la resucitación de los muertos.

En los misterios eleusinos (1500 a. C.-siglo IV d. C.), los cultos mágicos y herméticos más estudiados de la antigua Grecia, los iniciados tomaban el *kykeon*, una pócima secreta psicoactiva con sustancias alucinógenas [49] que inducían las visiones y el estado de éxtasis asociado a los misterios (Carod-Artal, 2013). En estas celebraciones, a los iniciados se les revelaba el enigma de la muerte y el estado *post mortem* que les haría renacer con nuevas expectativas, afianzar la confianza en la bondad de los dioses (Pistis), ser beneficiarios de sus favores y mantener la esperanza, el fin último de los misterios. Los antiguos pensaban que en el perfume había un poder oculto,

una fuerza secreta y sobrenatural capaz de manipular la realidad para obtener beneficios. Qué es la magia, si no. Unas creencias heredadas del hechizante Egipto y su venerado Thot (el Hermes griego), el dios de la sabiduría y la magia, pionero en el arte de la perfumería, quien enseñó a sus sacerdotes (hierofantes) [50] la compleja ciencia de elaborar y combinar aromas, bajo las más secretas fórmulas esotéricas, para convertirlas en esencias "astrales": sustancias de poder y elevación espiritual.

Vendedora de flores en el Partenón, Theodoros Ralli (siglo XIX).

Pero aquí está el quid de la cuestión: combinar olíbano y mirra, por muy mística y poderosa que se sugiera la sinergia, no es suficiente para obrar la magia. Se necesita someterla a esas "fórmulas esotéricas": rezos, plegarias, palabras de poder, mantras, conjuros, cantos e invocaciones. Solo así se conseguiría elevar la vibración de la fragancia para tan alto fin. Los taoístas pensaban que la extracción de fragancia de una planta liberaba su alma, y las oraciones conseguían ampliar su frecuencia para asegurarse ciertas gracias. Puede que eso justificase la existencia de *thymiaterion* (pebeteros o quemadores de perfumes), donde poder combustionar *thymmata* (mezcla de especias o plantas, como los narcóticos beleño y mandrágora, en bases perfumadas) en las celebraciones y ritos de cultos mistéricos griegos, por esa creencia antigua generalizada de que el humo de los perfumes elevaban las peticiones a los cielos. Glorificaban la inmortalidad del alma.

Estos cultos mistéricos, los más destacables los de Deméter (muerte) en Eleusis, los dionisiacos (placer) y afrodisianos (belleza), fueron parte sublime del politeísmo griego que exigía a los iniciados absoluto silencio bajo pena de muerte, un secretismo hermético que impidió que trascendieran detalles de su celebración, salvo los velados trazos de los frescos clásicos, como los de la Villa de los Misterios, en Pompeya, donde parece representarse un culto

dionisiaco en la trama de una celebración nupcial. Estas revelaciones esotéricas fueron la única parte del paganismo que pudo rivalizar con la filosofía; no se trataron de enseñanzas teológicas ni pensamientos elevados, sino de una liturgia secreta que parecía sublime porque permanecía oscura. Lo sobrenatural sobrepasa la comprensión de los simples mortales.

Roma. De los fragrantes *ungüentarii* a las lúdicas *termae*

Poco más destaca de la época imperial romana que el trasvase de modos, gustos y costumbres de la heredada era helénica, pero con una pizca de ironía y grandes dosis de exageración. Todo se llevó al extremo de hasta casi rozar lo obsceno: el lujo, la bebida y los perfumes. Las calles seguían rezumando putridez embistiendo al *sensus odoris*, pero con el aditamento de vómitos y otras secreciones corporales oriundas de tabernas y lupanares, los lugares de asueto preferidos de los romanos, donde corrían el vino y las orgías más que un atleta en la antigua Olimpia. De los *aromatikos* se pasó a los *ungüentae*, de Dioniso a Baco, de Afrodita a Venus y de Pyrgos a Pompeya, pero hubo una cosa que permaneció impertérrita: el *rhodinon*, aquel compuesto aromático a base de aceite de rosas que fue surcando las sendas del tiempo y conquistando gustos de propios y extraños.

Petronio nos puso en bandeja los erōtikós con su *Satiricón*; Trimalción el arte de organizar un buen banquete, extravagante y ostentoso, hasta el punto de competir con los festines del depravado Nerón. Unos convites ahumados con pilas de incienso y adornados con toneladas de pétalos, tal cantidad de pétalos que fueron constitutivos de delito. Como ejemplo, la celebración del mítico Heliogábalo, según el pincel de *sir* Lawrence Alma-Tadema, con descomunales riadas de rosas cayendo de las techumbres sobre las cabezas de una muchedumbre de por sí algo beoda, hasta el punto de la asfixia, sin que el emperador si quiera se inmutase. Alegorías hiperbólicas que tiñeron de escándalo un modo de vida tan vasto como la extensión del propio imperio.

Un imperio donde el uso de perfume se convirtió en condecoración de poder y riqueza, una insignia ilustre que solo las castas excelsas —la *nobilitas* — se podían permitir. Un poder emergente surgido de las crecientes transacciones comerciales que gestó nuevas clases sociales, como banqueros y comerciantes, un *homo novus* que revolucionó el *statu quo* de la Roma clásica y que desembocó en las cuestionadas *leges sumptuariae*, unas contradictorias leyes suntuarias que empentaban contra el lujo justo cuando el imperio estaba en su máximo apogeo.

Hubo varias voces que cuestionaron la situación. El político Catón, que se obstinó en encorsetar el fasto, concretamente en lo relativo a la indumentaria y los objetos de tocador, como el perfume, no se opuso a la riqueza en sí, sino al exceso, al boato en cuanto que extravagante y superfluo, por pensar que el lujo y la avaricia son dos vicios contiguos, síntoma o efecto el uno del otro (Casinos Mora, 2015). Se popularizó el sistema de doble techo con paneles en las casas pudientes, aristocráticas y senatoriales, que podían deslizarse para dejar caer una plétora de flores y otros aromáticos, además de aspersores de perfumes ocultos en las estancias e irrigadores de agua de rosas, para amenizar a los invitados en festejos y banquetes.

Una fiesta romana, Roberto Bompiani (1875).

Plinio ya puso de manifiesto la posible influencia de los etruscos en Roma, sus costumbres y modos de vida libertinos, faustos y epicúreos, y su gusto por guirnaldas fragantes y coronas florales (algunas con mirto, violetas o azafrán para disipar la embriaguez y aliviar la resaca), para quienes el perfume se consideró un sublime adorno personal. Esas frondosas guirnaldas, que afectaban directamente al sentido del olfato por su cercanía a las fosas nasales, y que tan bien replicaron los artistas del siglo XIX en un intento de recrear lo que pudo haber sido el modo de vida clásico, se popularizaron no solo en ceremonias religiosas, festivales y banquetes, también decoraron frescos y adornaron pórticos, tumbas, estatuas de deidades, ofrendas y reliquias sagradas, tapizando de simbólico perfume el universo romano.

Los etruscos suscitaron curiosidad y no fueron del todo conocidos. Procedentes de Lidia (actual Turquía) según Heródoto, ocuparon buena parte de la actual Toscana, entre el Tíber y el Arno, los Apeninos y el mar Tirreno.

Incluso la propia Roma fue ciudad etrusca en el VI a. C., la época de máximo apogeo de esta cultura fuertemente influenciada por Oriente Medio. Los etruscos dieron un segundo uso al incienso, más allá de ofrendar a lo divino: mediante la lectura de los ondeantes molinillos fragantes que se elevaban a los cielos predecían el futuro.

Los ungüentos más selectos procedían de lugares determinados, como dijo Apolonio de Herofila en su tratado sobre los perfumes, donde escribe: El iris es mejor en Elis y en Cízico; el perfume hecho de rosas es excelente en Faselis, y el que se hace en Nápoles y Capua también es muy fino. El hecho con azafranes se encuentra en la máxima perfección en Soli, en Cilicia y en Rodas. La esencia de nardo se encuentra mejor en Tarso; y el extracto de hojas de vid se elabora mejor en Chipre y en Adramitio. El mejor perfume de mejorana y de manzana proviene de Cos. Egipto lleva la palma por su esencia de cypros; los siguientes son los chipriotas y los fenicios, y después de ellos los sidonios. El perfume llamado *panathenaicum* se elabora en Atenas; y los llamados *metópicos* y *mendesianos* se preparan con mayor habilidad en Egipto. Pero el *metopian* está hecho de aceite que se extrae de almendras amargas. Aun así, la excelencia superior de cada perfume se debe a los proveedores, los materiales y los artistas, y no al lugar en sí; porque Éfeso antiguamente, como dicen, tenía gran reputación por la excelencia de sus perfumes, y especialmente de su *megalio*, pero ahora no la tiene. También hubo un tiempo en que los ungüentos elaborados en Alejandría alcanzaron gran perfección, debido a la riqueza de la ciudad y a la atención que Arsínoe y Berenice prestaban a tales cosas; y el mejor extracto de rosas del mundo se elaboraba en Cirene mientras vivía la gran Berenice. Además, en la Antigüedad, el extracto de hojas de vid elaborado en Adramyttium era pobre; pero luego llegó a ser de primer nivel gracias a Estratónice, la esposa de Eumenes. Antiguamente, además, Siria elaboraba admirablemente todo tipo de ungüentos, especialmente el extraído de la alholva; pero el caso ha cambiado bastante ahora. Y hace mucho tiempo había en Pérgamo un ungüento muy delicioso extraído del incienso, debido a la invención de cierto perfumista de esa ciudad, porque nadie más lo había hecho antes que él; pero ahora no se hace ninguno allí. Ahora bien, cuando se vierte un ungüento valioso encima de otro inferior, queda en la superficie; pero cuando se vierte miel buena sobre la inferior, esta llega hasta el fondo, pues obliga a la peor a elevarse por encima de ella[51].

Una síntesis precisa que no solo resume los aromas más populares del imperio, sino que desvela el secreto de su éxito: la mano de los perfumistas. Deinias fue otro gran creador de origen egipcio y Cosmus de Roma elaboró un agua perfumada a base de rosas y azafrán que se popularizó en el siglo I.

Roma convirtió el perfume en una de las más importantes grandezas del imperio. Así se empezó a gestar una casta de comerciantes que vendían sus finos elixires en las denominadas *tabernae ungüentarii*, el precedente de las actuales perfumerías, con una estructura comercial bastante desarrollada [52]. Refinaron el comercio: Roma no solo importaba aromáticos, también los exportaba, con bastante finura por cierto, debido al arte del empaquetado y el uso de otros materiales para los envases, como el vidrio soplado. Así surgieron los *aryballos*, de diseños intrincados y elegantes formas, de cierto regusto orientalista inspirado en el arte del Levante, para dar gozo al buen ojo del demandante. Estos fabricantes y vendedores de ungüentos perfumados debían pagar una licencia por operar en el mercado, salvo el incienso, curiosamente exento por no ser considerado un lujo, sino una necesidad para su uso en el culto. Estos perfumistas se solían agrupar en los núcleos comerciales de las ciudades, como via degli Augustali, de Pompeya, donde se encontraron vestigios de un importante complejo perfumero, o en Capua, la Campania prerromana, con su barrio Seplasia, en pleno centro urbano.

En estos "distritos" no solo se ubicaban los ungüentarios, los fabricantes de perfumes en general, sino una retahíla de oficios que en su conjunto componían el intrincado arte del aroma: *seplasiarius* (boticario, más centrado en medicinas), *thurarius* (vendedor de incienso), los vidrieros (que trabajaban el vidrio en bruto al que luego le daban formas artísticas) o *pigmentarius* (comerciante de pigmentos para todo lo relacionado con la decoración en color). El vidrio soplado, generalmente de color azul claro, fue apreciado en la época romana, pero también se crearon diseños más refinados, multicolores y con formas artificiosas, algunos de ellos en vidrio jaspeado, imitando piedras preciosas, como el ágata, un guiño al lujo para demostrar el alto valor que se le daba al contenido: esos costosos perfumes exóticos.

Un complejo comercial que también acogió otras ramas no tan vinculadas al perfume, pero sí a la cosmética, como el batanado o la limpieza y tratado de pieles y lanas de las que se extraía el *oesypum* (la actual lanolina), considerado un "ungüento cosmético milagroso" por dejar el cutis terso y sin manchas. Una sustancia originaria de Oriente que se hizo famosa entre las romanas, tanto como la *crema infrigidens*, el antecedente arcaico de la que se terminó convirtiendo al cabo de los siglos en un icono de belleza facial: la *cold cream*, elaborada con una base de aceite de oliva y capullos de rosa macerados, hoy con una fórmula más refinada pero, en esencia, la misma que se creó hace más de 2.000 años.

Las romanas dividían su *toilette* en *ars ornatrix*, con cosméticos inofensivos para potenciar la belleza natural de su piel, y *ars fucatrix*, o belleza falsa, a base de venenos y productos tóxicos, como el albayalde, el

antimonio, el minio o el plomo, con los que habitualmente se maquillaban. Entre otras rarezas cosméticas, las mujeres romanas blanqueaban y reforzaban su dentadura con un compuesto de asta molida, combatían el mal aliento masticando perejil, se limpiaban a conciencia todos los orificios del cuerpo y se depilaban hasta el último atisbo de vello corporal. Un exhaustivo ritual que quedaba sellado con el perfume como ornato o complemento personal, no exento de los vaivenes de la moda.

Así los *ungüentae* comenzaron a desligarse de su función religiosa y terapéutica para centrarse en el puro hedonismo. La compra de aromáticos estaba en manos masculinas, pero un incipiente "empoderamiento" económico de las romanas pudientes facilitó su acceso directo a estos codiciados ungüentos. Los ávidos perfumistas percibieron la demanda emergente para crear aromas específicos de mujer y así diversificar sus ventas. Fuera del entorno nobiliario, el uso de perfumes se centró en el ámbito del hogar, como parte de su régimen diario de higiene y culto a los dioses domésticos, que tenían su propio altar en alguna de las estancias, a los que se cubría con guirnaldas florales o se sahumaban con inciensos fragantes. Los aromáticos más habituales fueron los *edysmata*, un perfume sólido muy concentrado que aplicaban en pequeñas cantidades debido a su intensidad, directamente en el cuerpo; *thymmata*, mezcla de resinas, especias o extractos florales y herbales en bases perfumadas que se dejaban reposar en recipientes para aderezar la atmósfera o se quemaban en pebeteros; y los *diapasmata*, un polvo aromático o perfume seco con hierbas y especias (raíz de lirio, mejorana, benjuí, ládano o nardo) con el que se aromatizaban las ropas y sábanas, cajones o armarios, o donde quiera que los romanos guarecieran sus lencerías.

También fueron habituales los óleos aromáticos que los hombres llevaban a las *termae* para que los sirvientes (o esclavos) masajeasen sus cuerpos en los *tepidarium*, con un fin entre voluptuoso y medicinal. Los baños termales en Roma supusieron una cura para el bebercio y otros excesos. No podemos olvidar que estamos en el origen del *sanitas per aquam* (spa), donde las propiedades del agua, combinadas con las cualidades medicinales de los extractos botánicos de los ungüentos, constituyeron no solo un deleite sensorial, sino toda una cura de purificación que sentó las bases de la medicina preventiva. Una medicina que heredó saberes griegos y etruscos, a pesar de Catón, que renegó de la sabiduría helena pero se benefició de su profundo interés por el cuerpo humano y el bienestar físico de los atletas, para quienes se prescribían masajes con ungüentos herbales e hidroterapia. "Por todas partes, en muchas tierras, brotan aguas benéficas, aquí frías, allí calientes, allí ambas, en algunos lugares tibias, y todas prometen alivio a los

enfermos", aseguró Plinio (Jackson, 1990).

Ya Hipócrates, en el siglo IV a. C., consideró la hidroterapia como un método terapéutico eficaz y de primer orden, con sus temperaturas alternantes, sus aguas minerales, baños de vapor y compresas húmedas, ya que entendía la enfermedad como un desequilibrio de los fluidos corporales y el agua podría ser la mejor sustancia para equilibrarlos, junto a un cambio drástico de hábitos y entorno. Unas teorías adaptadas por Asclepíades de Prusa y su escuela metódica, que supuso una romanización de la medicina helena y, según algunos investigadores, pudo ser el artífice de la introducción de las termas construidas a gran escala y del uso del agua fría con fines medicinales (Samarín, 2013-2014). Así se desarrolló el termalismo imperial, con su *apodyterium* (sala de recepción), que conducía al *caldarium* (sala caliente) y daba paso al *tepidarium* (sala tibia), para concluir en el *frigidarium* (sala fría). Esos cambios de temperatura estimulaban el flujo sanguíneo y linfático, ayudando a soltar el lastre de las impurezas.

La creación de acueductos y una mejora de materiales y técnicas de construcción permitieron erigir grandes edificios donde podían disfrutar del baño de forma simultánea más de 1.000 bañistas. El primer complejo de baños públicos de tipo imperial fueron las termas de Agripa (siglo I a. C.), seguidas por las de Nerón en Roma, las de Herculano y Pompeya, que fueron dos referentes, y las que se pusieron más en boga: las termas de Caracalla, un admirable espacio temático con biblioteca, lonjas, tabernas o palestras (gimnasios), organizadas en torno a unos colosales jardines con esculturas al gusto griego, mármoles de colores o bóvedas con mosaicos.

Una tradición grecorromana bien atestiguada que comenzó considerando los baños como una parte más del culto a los dioses, por entender que esas aguas que emergían del mismísimo centro de la tierra para sanar de forma milagrosa no podía ser más que acción de la mano divina que se posaba sobre ellas, lo que explica las ofrendas y exvotos encontrados en numerosos hallazgos arqueológicos. Con la caída del imperio y la llegada del cristianismo, el uso de los baños se desacreditó y quedó oficialmente prohibido por considerar más importante la curación a través de la fe y la oración. Solo quedaron como reductos de la aristocracia, inmunes a los decretos de la Iglesia. Esta sana tradición entró en letargo hasta que se fue extinguiendo lentamente en Occidente para resurgir en Europa siglos más tarde, aunque sus ascuas permanecieron incandescentes en el Mediterráneo oriental, donde la costumbre perduró y transmutó en los exóticos y hechizantes baños bizantinos, los lujosos *qasr* privados omeyas o los *hammam* otomanos.

Capítulo 3

El imperio del incienso

China: el reino ígneo

En la China ancestral, la importancia que se le dio al incienso fue directamente proporcional a la cantidad de incensarios que fueron hallados, muchos de ellos permanecen hoy como tesoros confinados y silenciosos en las vitrinas impenetrables de los museos más venerables. De oro, plata, cobre, estaño o bronce. De marfil, asta o jade. De bambú, porcelana, laca, vidrio o esmalte *cloisonné*. Minimalistas y brutalistas. Refinados o barrocos. Rudimentarios o finamente trabajados. En forma cilíndrica, circular o paralelepípeda [53]. Con diseños de animales, como patos o pajarillos de metal calado [54], de vasija con tapa perforada, cálices, receptáculos con patas a modo de trípode, asas o con mango, específicos para la ofrenda, de similar manufactura a los utilizados en la ceremonia vespertina del *kyphi* egipcio o en el contexto de rituales otomanos. Explorar las memorias fragantes de la China clásica supone sondear más de 2.000 años, un periodo histórico abarcado por los Han [55], los Tang [56], los Song [57], los Yuan, los Ming [58] y los Qing [59], las dinastías más influyentes de la historia china que marcaron la evolución de la cultura del incienso en el imperio ígneo.

Un imperio dominado por el fuego del dragón, la criatura sagrada, auspiciosa y próspera de la mitología china, ligada a la autoridad de los emperadores, que cedió su elevada jerarquía para dotar de poder a los mejores aromáticos: ámbar gris (saliva de dragón); alcanfor (cerebro de dragón) o madera de agar (escamas de dragón); salvo *dragon's blood* (sangre de dragón) [60] que, curiosamente, se pensó que fue sangre de unicornio. Hubo una constante que perduró más de 20 siglos y fue la inmaculada presencia de sustancias olorosas en la vida secular y religiosa de los chinos, gracias a las frecuentes y fructuosas expediciones comerciales entre Arabia, el

Mediterráneo o India. Unos aromáticos que se denominaron *xiang* (aroma), ya fuesen de origen vegetal o animal, y se dividieron en tres categorías: *xunxiang*, la más antigua y difundida, la fumigación aromática con fines médicos; *fenxiang*, la práctica más habitual y sagrada mediante la combustión de incienso para entrar en comunión con las deidades; y *xiangxi*, "sesión de incienso" de los eruditos, la clase social distinguida, una práctica que se empezó a popularizar con las dinastías Tang y Song y llevó al refinamiento en la apreciación de los olores hasta evolucionar en una experiencia estética superior para el deleite personal e introspectivo.

Quemador de incienso de la dinastía Ming (1512), colección de arte asiático del Museo Matropolitano de Arte de Nueva York.

Tres categorías que gozaron de la misma relevancia comenzando por la fumigación o sahumar con incienso, una práctica medicinal ya desarrollada en otras civilizaciones, como la egipcia y la grecorromana, pero en la cultura china adquirió un cariz supersticioso o místico, ensalzando el poder exorcista del incienso. La concepción cosmológica y antropológica china y el poder apotropaico del perfume hizo considerar la quema de aromáticos como una de las vías más efectivas para repeler los demonios más poderosos por la combinación de varias fuerzas: el fuego, elemento de transmutación, destrucción y regeneración; el humo que se eleva y se difunde por todas partes, demarcando el espacio sagrado; y el aroma, bajo la creencia de que los buenos olores son agradables al olfato divino y las sustancias aromáticas estaban imbuidas del poder de sanar.

Podemos encontrar un vínculo simbólico entre la eficacia terapéutica del humo fragante y los ritos de exorcismo destinados a expulsar demonios por la antigua concepción de la enfermedad, especialmente dominante bajo la dinastía Qing, según la cual los trastornos provenían de la presencia y acción maligna de fuerzas demoniacas dentro del cuerpo o en el entorno del enfermo. El incienso vino a ser ese elemento armonizador del ser interno con el macrocosmos y símbolo espiritual de la pureza del alma. Cuando se prende, genera una atmósfera especial que nos incita a elevarnos, proyectarnos espiritualmente, ayudarnos a penetrar en la quietud de los abismos insondables y profundos del ser para disipar lo impuro.

Así, según el *Shennong Ben Cao Jing* [61], el *Clásico de Materia Médica* del siglo I, el almizcle se opone al mal Qi [62] y destruye a los seres demoniacos. El almizcle, obtenido del interior de las glándulas alojadas en el vientre del ciervo almizclero, fue considerado una panacea. "En todo el Imperio chino se siente el almizcle, todo cuanto esté en su territorio se queda impregnado de él" (Lefebvre, 2018), aseguró el padre Huc [63] en el siglo XIX, tras uno de sus numerosos viajes a China. Ese olor pertinaz y penetrante, casi insoportable para el olfato humano en estado puro, de matices terrosos, úricos y animálicos, transmuta en un aroma dulzón y profundo cuando se combina con otros aromáticos, revelando su absoluta magia. Su uso más temprano está atestiguado en China (siglo III a. C.), antes que en cualquier otro lugar, aunque adquirió su estatus de sustancia aromática excelsa y divina en la cultura islámica, donde se utilizó profusamente en perfumería y medicina.

No todos los almizcles huelen igual. Su calidad depende de su zona geográfica de procedencia, así como de su modo de vida: a mayor altura y hábitats más boscosos y escarpados, mayor calidad, pero también por lo que comen; por ello, las especies tibetanas de los Himalayas son las más codiciadas. A diferencia del ciervo almizclero chino, se decía que el ciervo tibetano se alimentaba de vegetación fragante, en particular de las raíces del nardo jatamansi, espicanardo, nardo indio o nardo aromático (Akasoy y Yoeli-Tlalim, 2007). Según la enciclopedia de Al-Nuwayri, la más importante del mundo islámico medieval: "Esta gacela vive en el Tíbet y en la India. Dicen que se traslada del Tíbet, después de haber comido allí la hierba no aromática, a la India, y luego deja el almizcle en la India, y es de mala calidad porque no ha aprovechado este pasto. Luego come la hierba aromática de la India y en ella se coagula el almizcle. Va al Tíbet y deja allí el almizcle, y es mejor que el que se encuentra en la India".

Son muchas las recetas del *Shennong Ben Cao Jing* donde aparece el almizcle como ingrediente, bien sea en inciensos compuestos junto al ámbar gris y la madera de agar para culto en los templos o ambientar las estancias

palaciegas, bien sea en combinación con otras hierbas para recetas medicinales, tan abundantes en la farmacopea china. El enfoque médico de la salud se sustentaba en tres pilares esenciales: balance del Qi o energía vital (razón por la cual las cualidades "exorcistas" del almizcle lo posicionaron como medicamento de primer orden); equilibrio del yin y el yang, las fuerzas positivas y negativas, activas y pasivas; y la armonía entre los cinco elementos: fuego, tierra, metal, agua y madera. Cada planta o sustancia aromática tenía unas cualidades, frías y húmedas (yin), calientes y expansivas (yang), protectoras o impulsoras del aliento vital o en sintonía elemental, y cada una sería combinada según los distintos objetivos a alcanzar. Un punto de vista un tanto esotérico que erigió a la alquimia (del chino *kiem-yak* ('licor de oro', 'elixir', con la adición del prefijo árabe *-al*) como su fundamento.

Pero la alquimia china no se articuló del mismo modo que la occidental. Asentada en las raíces del taoísmo y en la necesidad de comprender y fundamentar la creación y funcionamiento del cosmos, la alquimia china tuvo un fin último: alcanzar la inmortalidad. Para ello, se propuso producir elixir dentro de la propia persona, actuando sobre sus tres tesoros: esencia (Jing), aliento (Qi) y espíritu (Shen), para volver al estado original o purificar la mente de impurezas y pasiones. Dividida en dos importantes ramas: *waidan*, la manipulación química de sustancias naturales, minerales o metales para transmutar sustancias, más próxima a la alquimia tradicional, que alcanzó un importante desarrollo con la dinastía Tang; o *neidan*, la alquimia interior, "el camino del elixir dorado", que utiliza el cuerpo del alquimista como recipiente simbólico para producir la codiciada ambrosía y alcanzar la inmortalidad (Fabrizio, 1996).

Para el taoísta, el elixir de la inmortalidad se encuentra dentro de uno mismo y la transformación alquímica se manifiesta a través de prácticas ascéticas y meditativas, ayuno y terapia con drogas vegetales o sustancias pro longevidad, como *Ganoderma lucidum —reishi—*, el hongo de la larga vida, producto de la sublimación de minerales preciosos que se encuentran bajo tierra, como el oro y el cinabrio divinos, dotado de propiedades "inmortalizantes" y un arma poderosa contra la decadencia. En una cultura supersticiosa y creyente de los símbolos auspiciosos como la china, las sustancias que curaban los vapores demoniacos se situaron en cabeza del elenco de aromáticos, como el alcanfor, a veces llamado ungüento de Baros por su procedencia. Su olor fue extremadamente admirado en la era Tang, convirtiéndose en esencial en buena parte de los combinados aromáticos. Según la farmacopea china, el alcanfor curaba las energías densas y malignas que anidaban en el corazón y el vientre. El alquimista Chang Kao (siglo XVIII) lo solía mezclar con almizcle, para curar "los vientos" del cuerpo.

Unas propiedades terapéuticas que provenían de la mera observación empírica: su color y aspecto, como la nieve y el hielo, de cualidades frías, son apropiadas para calmar las fiebres y otras exaltaciones fisiológicas. También se utilizó en profusión la *Blumea balsamifera* o sambong, con un aroma muy similar al exquisito y caro alcanfor, quizá como sucedáneo.

Pero los prohibitivos aromáticos también se incluyeron en recetas para el uso hedonista. La vida cotidiana de la élite estaba rodeada de dulces aromas: aguas perfumadas para el baño, especialmente con pétalos de flores macerados o agua de rosas (la mejor, según atestiguaron), un invento persa de uso efusivo en el mundo grecorromano y otomano, pero no muy del gusto de los asiáticos. Aun así, con ellas se hacían abluciones perfumadas, que se esparcían por el rostro, las manos y la cabeza, en un comedido acto purificador lo suficientemente aromatizado como para no invadir al ajeno. La orquídea y la canela eran demasiado pesadas e invasivas. Tengamos en cuenta que las especies florales de antaño nada tenían que ver con las del presente, desodorizadas como los cuerpos y entornos de la actualidad, donde nada emana su genuino olor. Las bolsitas de seda decoradas con plantas aromáticas en su interior se llevaban a modo de accesorio prendidas a la *jiaoling* (solapa) de los exquisitos hanfu de la era Tang o bien colgando del *yaodai* (cinturón o fajín), y fueron otra de las grandes aportaciones de la China imperial. También se utilizaron polvos perfumados y compuestos incensales para ahumar la ropa expuesta a vapores olorosos. Algunas recetas habituales: madera de agar, almizcle, *Liquidambar orientalis*, clavo, *onycha* [64] o uña olorosa, sambong o *Blumea balsamifera*, el sucedáneo del alcanfor.

La fumigación de las vestimentas fue algo habitual en la historia de la antigua China, que pasó a las costumbres japonesas, como más adelante analizaremos. También se estiló perfumar el cuerpo por vía oral, con desodorantes internos elaborados con plantas aromáticas, como los rizomas de diferentes especies de angélica, regaliz [65] y otras variedades endémicas, como el melón de invierno, que se machacaban y tamizaban hasta obtener un fino polvo que se debía ingerir varias veces al día. Si se seguía la receta al pie de la letra, el prescriptor garantizaba: “Después de cinco días, la boca estará fragante; al cabo de diez días, el cuerpo estará perfumado; después de veinte días, la carne estará fragante; después de treinta días, los huesos estarán fragantes. Después de cincuenta días, se podrá sentir el perfume desde lejos; después de sesenta días, el perfume se percibirá a través de la ropa” (Lefebvre, 2018).

Otros insumos importados: storax o estoraque (*Liquidambar orientalis*), vinculado a la antigua Roma [66] y posiblemente procedente del reino de Partia, cuna de perfumes. Denominado el sebo de Dios, se comparó con la mirra,

considerada una de las más exóticas resinas de la Antigüedad. También de Partia o el Imperio arsácida se obtuvo la resina guggul, muy similar a la mirra, denominada aromático arsácida o incienso oficial de Partia, especialmente asociado a Gandhara y los pueblos budistas de Turkestán, una fuente excepcional de materia aromática exótica y punto estratégico de las rutas comerciales. En el reino de Bactria o indogriego (250 a. C.) se encontraba Gandhara, reconocida como semillero de delicados perfumes para los budistas chinos, aunque pocos vestigios se han hallado. Derivado de *gand*, perfume en sánscrito, poco nos ha llegado de este exótico reino perdido, salvo ciertos restos de arte grecobudista [67], único en su género, y otras excéntricas creaciones de influencias asiáticas, persas, babilónicas e indias. Se piensa que fue un reino multicultural, epicentro de múltiples relaciones comerciales entre la China Han y el Imperio parto y, según dicen, posiblemente el origen de lo que hoy conocemos como Ruta de la Seda. El benjuí de Sumatra o incienso de Java, *lubin* para los árabes, llegó a China como sustituto del bdellium (Schafer, 1985). Entre todas ellas, guggul, benjuí o bdellium, hubo confusión. Sus características afines tergiversaron su origen y funciones, además de constituir un respetable sucedáneo para la resina entre las resinas —la mirra—, a pesar de que cada una de ellas gozaba de un aroma sin igual y propiedades únicas.

La raíz de costus, *putchuk*, con su olor único entre violetas, sudor y pelaje húmedo de animales, posiblemente proveniente de Cachemira, no tuvo un gran papel como componente de inciensos, aunque sí en recetas médicas, ungüentos y muchos compuestos aromáticos (Schafer, 1985). También el pachulí (*Pogostemon cablin*) *tamala pattra* en sánscrito, *phyllon indikon* en griego y 'hoja de frijol aromático' en chino por su simple apariencia (para qué complicarnos la vida…). Su aroma penetrante y único —que odias o amas—, terroso, húmedo y dulzón a partes iguales, de esos que anclan a tierra en una sola inhalación, nota esencial en la perfumería actual que gana en calidad y matices con el paso del tiempo, fue un ingrediente muy utilizado durante siglos en la medicina tradicional china, a pesar de no ser una especie autóctona. Se piensa que se introdujo en el siglo V y se cultivó en Guangdong, por lo que se la denominó *guangdong-huo-xiang*. Su hazaña más peculiar fue que sus hojas se dispusieron en capas para salvaguardar los tejidos más finos, caros y lujosos del ataque de insectos en las travesías comerciales, como la seda o los chales de cachemir. A la llegada a destino, esos tejidos selectos quedaron impregnados con el suculento aroma del pachulí, dejando su indeleble huella en la Francia del XIX o los círculos de artistas y aristocráticos ingleses, una popularidad que continuó en la *belle époque* y las décadas *hippistas* de los sesenta y setenta, pero no adelantemos

acontecimientos. Aunque se asocia a India, su procedencia original apunta a Malasia, donde crece de forma silvestre.

En esencia, la China imperial se sirvió de los mejores aromáticos, bien por ser oriundos del país, bien por servirse de las desarrolladas redes comerciales con los núcleos más relevantes, como las maderas exóticas y las resinas procedentes del sudeste de Asia y Oriente Medio. “Visite Ching o Hsiang en el sur, vaya a Tai-yuan o Fan-yang en el norte, o a Szu-chuan o Liang-fu en Occidente y en todas partes había tiendas y emporios para abastecer a los viajeros mercantes” (Schafer, 1985). Con los Tang, China vivió su época de mayor esplendor. En un contexto de gobierno fuerte, comunicaciones eficientes y amplios contactos económicos y culturales, la clase social de los comerciantes casi tuvo más poder que la propia corte. El comercio del incienso, entendido en su sentido más amplio, se convirtió en un preciado bien del que todos querían “pillar cacho”. Las luchas entre familias por obtener el control y prestigio en el mercado, así como para evitar que la competencia les “copiara” las fórmulas, que eran secretas y estaban bien custodiadas, hizo que el incienso cada vez fuese más valorado, especialmente la madera de agar. “¿Qué es ese nuevo aroma de incienso? Bergamota [68], para refrescar el espíritu y elevar las emociones. ¿A qué huele hoy? Benjuí [69], estimula la circulación y calma la mente”. Esos podrían ser los comentarios diarios en los ahumados entornos de las casas pudientes y los hábitats palaciegos, donde entre la distinguida decoración siempre había una “mesa incensal”, con un precioso quemador de perfumes —el foco de la decoración— y todos los utensilios necesarios para tan excelso ritual.

Las recetas de incienso, muchas recogidas en el libro más destacado de la época *Recetas de incienso mezclado*, de Fan Ye, ya fueron muy avanzadas. La mezcla se reducía a polvo y luego se formaba una especie de placas o pastillas rectangulares, con inscripciones grabadas en su parte superior (quién sabe si la firma del creador, en un alarde de orgullo, o frases auspiciosas tan propias de la cultura china) que se ponían encima del lecho de arena y el carbón encendido del incensario. El palacio Tang fue famoso por el uso y abuso de incienso. Una leyenda que trascendió la historia fue que, en vísperas de Año Nuevo, se encendían decenas de enormes pebeteros frente a las puertas de palacio, solía ser una combinación de agar, *onycha* y almizcle, y las cantidades fueron tales que las colosales fumaradas fragantes se podían oler a kilómetros de distancia.

En la era Tang hubo una sed insaciable por productos exóticos y exclusivos, un rasgo imperante en otras culturas, como la romana, por denotar estatus y poder. También hubo una habilidad ligada al perfume, única de la cultura china (que permeó a la japonesa): el arte de incensar sin humo. La

presencia o ausencia de humo delimitaba el uso religioso o hedonista del incienso. Mientras en las liturgias sagradas las humaredas eran densas, prolijas, exuberantes, en ese intento de llegar con mayor celeridad y seguridad a los dioses, especialmente en la era Zhou (1050-256 a. C.), donde la importancia del perfume estuvo vinculada a la filosofía y las prácticas religiosas, en las reuniones de eruditos o en el entorno palaciego las composiciones aromáticas no emitían humo, permitiendo así que la fragancia se expresase en todo su esplendor.

Otra de las grandes destrezas con pedigrí oriental fueron "los sellos de incienso", que trazaban un recorrido simbólico de combustión preciso, una ceremonia heredada del ritual tántrico Avalokitesvara Bodhisattva, que se utilizó en liturgias budistas para medir el tiempo. El punto de combustión se guiaba por un recorrido marcado por un patrón geométrico, basado en geometría sagrada o sigilos (en entornos mágicos, una representación simbólica del resultado esperado). Estos sellos podían estar compuestos por madera de agar, sándalo, fenogreco, pachulí, nardo o *Hierochloe odorata*, se pulverizaban, tamizaban y se mezclaban con polvo de almendra para evitar que durante la combustión el polvo subiera y se esparciera por todas partes. También se añadía nitrato de potasio, para favorecer la combustión regular. Un capricho de la era Tang, aunque se piensa que comenzó con anterioridad. Con los Han, los perfumes refinados arrasaron gradualmente, especialmente bajo el reinado del emperador Wudi de Han (141-87 a. C.), que conquistó numerosos territorios y promovió el comercio a través de la Ruta de la Seda.

Las composiciones cada vez fueron más elaboradas, muy del gusto de la farmacopea china, que para eso compartía principios con la elaboración de fragancias, con recetas con tal cantidad de ingredientes que resultó complicado precisar: clavo, pachulí, tulsi o albahaca sagrada, raíz de angélica, artemisa, *onycha*, olíbano, liquidámbar, mirra, sándalo, nardo, storax, azufaifa, regaliz, magnolia y *Hierochloe odorata* [70] que, junto al *Osmanthus fragans*, constituyeron dos de las especies herbáceas fragantes oriundas de China. El osmanto, nota peculiar y delicada en la perfumería actual, presente de forma habitual en los jardines imperiales, es la especie más antigua conocida en China. Sus flores doradas, con su fragancia única, delicadamente floral, ligeramente especiada y afrutada, amielada, amelocotonada, con unos matices sublimes que pueden llegar a recordar a las violetas o el orris [71] por la presencia de iononas en su estructura molecular, se solía echar a la taza de té para aromatizarlo. Según decían, su aroma era tan expansivo que con tan solo dos florecillas se impregnaba la estancia con el suculento olor. También se hizo hueco en medicina por sus propiedades reguladoras del sistema endocrino, especialmente desarreglos de la mujer, así como ciertas

connotaciones afrodisiacas: “rompe una ramita de osmanto y monta al dragón”, se solía decir, un eufemismo del erotismo y el acto sexual.

Macao fue un punto lucrativo gracias al papel comercial del ámbar gris con Portugal. Hong Kong se consideró “el puerto de los perfumes”, porque estaba custodiado por numerosos árboles de la especie Aquilaria, la fuente primordial de la codiciada madera de agar, ampliamente exportada después durante la dinastía Ming. Agar, *agarwood*, aloes (no confundir con la variedad de aloe vera o férox, una especie de suculentas, cuyas propiedades y aroma nada tienen que ver con el aloes que nos ocupa), *agalloche*, madera de águila; *agaru* en sánscrito, *gahru* en malayo y *ahaloth* en hebreo, fue una de las especies que más confusión provocó por sus múltiples denominaciones. Utilizada en astillas o reducida a polvo, formó y sigue formando parte de un sinfín de creaciones aromáticas por su extraordinario poder odorífero. Este curioso ingrediente, de los más exquisitos, sublimes y costosos de la perfumería de ayer y hoy, solo se puede obtener si el árbol huésped, género Aquilaria, es infectado por el hongo *Phialophora parasítica*; para combatir la infección, el duramen exuda una especie de resina fragante muy valiosa. Es esa infección del duramen, que lo vuelve oscuro y fragante, lo que nos interesa en términos de perfumería. Solo unos pocos especímenes se llegan a infectar y su excelsa calidad depende de su procedencia geográfica (la variedad *agallocha*, de Assam, India, es una de las más valoradas) y el tiempo transcurrido entre infección y recolecta. Cuanto más tiempo, mayor intensidad de aroma y un abanico más amplio de matices, como ocurre con otras especies como el ámbar gris, el almizcle o el pachulí.

Un subproducto tan valioso que ha supuesto casi la extinción de la especie, del mismo modo que ocurrió con el sándalo o ciertos ingredientes animales. Omnipresente en recetas incensales, pero también medicinales: el agar tuvo reputación para eliminar dolores internos y echar fuera espíritus malignos, por ello fue un buen compañero de otras especies, como el almizcle. Fue uno de los aromáticos más preciados para aromatizar atmósferas, como las de las estancias del hogar. Se frotaba en las paredes para que, al abrir la puerta, la estela de su aroma surcase los contornos del espacio invadiéndolo todo con su sugerente olor. Fue tan exótico que solo pensar en su aroma uno siente el vibrar de las siete cuerdas de seda del delicado guqin [72], en una fina cadencia que surca la mente. Que invade el corazón.

Los Han también se vanagloriaron de introducir el budismo en China, y el budismo de afianzar un buen arsenal de aromáticos, aunque muchos de ellos, como el sándalo, ya eran conocidos. Los templos budistas fueron grandes consumidores de incienso, como lo hicieran los templos egipcios. Se quemaba incienso por la mañana, por la tarde y por la noche, en el contexto de

ceremonias, ritos, sutras [73] o, simplemente, para ofrendar budas y reliquias. El reflejo de la ideología budista se hizo patente en los incensarios o quemadores de perfume, en cuyo diseño se implementaron lotos, la flor emblema de Buda, con un significado similar al nenúfar azul o lirio de agua azul egipcio, pero en el budismo el emblemático fue el blanco, la flor inmaculada que emerge del agua lodosa (apego y deseos carnales) en busca de la luz, como promesa de pureza y elevación espiritual. Es la razón por la que encontramos en el arte budista grandes lotos como base de deidades o cogiéndolos con las manos, en un claro signo de su carácter sagrado y simbólico: ha alcanzado la iluminación. En la era Song se integraron en la trama religiosa las "procesiones de incienso" en festividades y celebraciones budistas, que consistían en ir esparciendo el incienso en polvo mientras se caminaba, o sahumar con un incensario propagando el humo a su paso, en una clara actitud meditativa.

Pero el impoluto loto no solo tuvo connotaciones espirituales, sino también eróticas y sexuales, con el controvertido "loto dorado", o la cultura estética y fetichista de los pies vendados. Una práctica que se inició con las mujeres de la aristocracia china del periodo de las cinco dinastías y los diez reinos (siglo X), y se afianzó bajo los Song y los Ming, hasta abolirse radicalmente en el siglo XX.

> Ella baila en una nube de perfume
> Con sus pequeños pies de loto
> Triste a veces, pero cortés y alegre
> Ella baila como el viento
> Y no deja rastro a su paso…
> Miradlo en la palma de mi mano
> Es tan extraordinariamente pequeño
> No hay palabras para describirlo.
> Su Dongbo (siglo XI)

Una cruel coquetería que obligaba a metamorfosear la anatomía femenina vendando los pies para reducir al máximo su tamaño —7,5 cm fue el estándar— hasta que simulasen un capullo de flor de loto. Fue símbolo de belleza, feminidad, riqueza y distinción, pero también el colmo absoluto del erotismo. Los pies se consideraron la parte más íntima de la mujer, siempre velada y vedada a los caprichos libidinosos masculinos, un verdadero tabú y fetiche sexual que fue plasmado en el arte erótico chino, donde las mujeres podían representarse con el cuerpo completamente desnudo, pero siempre con los pies cubiertos (Bertholet, 2010).

Ese *bondage* podal no solo tuvo connotaciones eróticas, sino de sometimiento y subyugación. Someter los pies a semejantes torturas impidió a la mujer moverse con soltura, obligándola a deambular a pequeños pasos,

siguiendo un baile ondulante de gran valor erótico, que la obligaba a a no ir más allá de los confines del hogar. Un confinamiento al que estuvieron sometidas las damas de la China clásica, bien fueran esposas y amas de casa, bien cortesanas o concubinas. La leyenda del loto dorado está indefectiblemente ligada a esas "flores caídas", el apelativo que se atribuyó a las damas de compañía que frecuentaban los salones de té donde los maridos ávidos de placer iban buscando esas mujeres exóticas que les procurasen romanticismo y divertimento. Su estatus fue aceptado en la *matrix* del entorno familiar en tanto en cuanto contribuyesen a perpetuar la estirpe del hombre de la casa.

Expertas en el arte del arreglo y el uso de recetas afrodisiacas para caldear el ambiente, su exotismo y *glamour* quedó plasmado en el arte de la época, especialmente con el género *meiren hua* (pinturas de hermosas mujeres), en las que las adornadas y pusilánimes damas se retrataban en la esfera del dormitorio, donde llama la atención su honda soledad, mirando por la ventana o bordando una fina seda; cerca de jarrones en flor —símbolo inequívoco de aroma—, exquisitamente ornamentados, incensarios humeantes o interminables pergaminos de lectura, señal de erudición y cultura, pero sin posibilidad de ser vistas. Esas mujeres fueron una mera decoración, como la flor fragante que decoraba el salón, preparando té o tocando la cítara en el jardín. Forjaban escenas bucólicas a la vista e insinuantes al olfato, que hacían despertar los sentidos, pero sometidas a una férrea dictadura: el aislamiento.

La invasión de los mongoles puso fin a la dinastía Song (siglo XIII), y con el periodo Ming en China se construyó una nueva estética, más refinada y elevada, ligada a una nueva clase social: los eruditos. Una nueva élite intelectual, culta y bien establecida, que se convirtió en el modelo social al que aspiraban las castas pudientes (Lefebvre, 2018). En este contexto, el perfume y la maestría del incienso fueron los mejores exponentes del "arte de vivir" chino, un lujo discreto solo posible para los iniciados. En este periodo, los perfumes se llevaban con uno mismo. Un arsenal de accesorios y complementos comenzaron a surgir: bolsitas de tela decoradas con una mezcla de hierbas (normalmente orquídea, pimienta, osmanto, artemisa, angélica o *Hierochloe odorata*), que las damas o caballeros colgaban en sus ropas; cuentas o pequeñas esferas, generalmente del costoso ámbar gris, que se ensartaban y se llevaban a la cintura o colgando del cinturón; pomas de metal o incensarios portátiles, ricamente elaborados, con la misma función, esenciales en las ceremonias del té.

El interior de las casas comenzó a cobrar importancia y la decoración empezó a adaptarse al arte del incienso. Debían ser entornos elegantes pero agradables y acogedores. Las calabazas —Wu Lou—, símbolo de buena

salud, longevidad y abundancia propias del *feng shui*, se llenaron de aguas fragantes y se colgaron de los doseles de las camas para mantener el dormitorio fragante y atraer la prosperidad. Se comenzaron a erigir altares para devoción privada, donde no debía faltar un incensario o los "sellos de incienso", intrincadas composiciones que seguían un patrón y se programaba el diseño en función del tiempo que debía estar combustionando. Estos ritos domésticos estuvieron ligados a la práctica de la meditación, según los dictados del taoísmo, habitual entre los eruditos y propiciado por la escuela neoconfucianista, donde el perfume contribuía a la purificación del ambiente y el bienestar mental y físico.

Las ropas se sahumaban con complejas recetas de aromáticos, se rociaban con polvos perfumados de peonía y nardo o se envolvían en papel fragante para que se mantuvieran siempre con buen olor. Las damas adornaban sus moños con osmanto y jazmín o macerados de flores en aceite de sésamo, y se popularizó el uso de pastillas desodorantes que se ingerían y garantizaban buen olor corporal. Su objetivo no fue enmascarar el mal olor, sino transformarlo en buen olor y potenciarlo bajo el ideal de cuerpo sano del que emana una fragancia inigualable, la expresión de una personalidad radiante y un claro signo de alcanzar la *evodia* [74] o "deificar" al humano, como el aroma a sándalo que emanaba del cuerpo de Buda. Muchas de las preparaciones de la farmacopea china se caracterizaban por su buen olor y aroma duradero, además de perfumar aclaraban la mente, alegraban el corazón y promovían la circulación sanguínea o la fluidez pulmonar, por lo que el perfume no solo fue una fuente de placer, sino un oasis de salud que propició un sinfín de recetas de ungüentos, cremas y óleos compuestos.

Pero lo interesante de este periodo fue el perfeccionamiento del arte del incienso por parte de los eruditos que, a partir de este momento, fueron los encargados de elaborar recetas aromáticas, a diferencia de los sacerdotes de la Antigüedad o los médicos de la época grecorromana. Algunas de ellas tuvieron un gran éxito por la finura con las que fueron elaboradas, pero una fórmula común y bien aceptada fue la combinación de madera de agar, ámbar gris y almizcle como base, a la que se añadían alcanfor, clavo y nardo. Destacó cierto gusto por las mezclas complejas; sin embargo, hubo una tendencia que empezó a aflorar: el perfume debía ser casi inodoro, dirigido a un olfato educado capaz de detectar mil fragancias. La persona "elegante" se distinguía no tanto por usar perfume, sino por reconocerlo. Así se fue refinando la combustión sin humo, se utilizaron placas de mica que se ponían sobre las brasas o el carbón y sobre ella la materia aromática, impidiendo así que la combustión quemase el incienso, evitando el exceso de humo y permitiendo que el perfume emanase con mayor nitidez y pureza. Una

costumbre que adoptó Japón e incorporó a sus ceremonias *koh-do*, vigentes a día de hoy.

Con los Qing, la última dinastía que clausuraría la riqueza cultural de la China imperial, todo empezó a cambiar. El incienso comenzó a ser propiedad estatal, sujeto a impuestos, casi reservado al uso en ceremonias religiosas y las necesidades diarias de palacio. Teniendo en cuenta el sincretismo chino y la multitud de confesiones religiosas que confluían, siguió usándose con profusión. El incienso se consideró "el embajador de la fe" y su uso se vinculó a la búsqueda espiritual del despertar y del conocimiento. Pero con la regencia de Cixi, la emperatriz Dragón, las guerras del Opio, provocadas no solo para controlar el mercado, sino para remediar la colosal adicción del pueblo chino al opiáceo, además de una gran agitación política, social y cultural, fueron el detonante de la república popular, liderada por el filósofo y estratega Mao Tse Tung, que puso fin a siglos de exquisitez y adoración de la frahancia. Una de las primeras medidas de Mao fue prohibir el uso de perfumes —símbolo abominable de la decadencia burguesa y del lujo imperial—, como sello inequívoco, bajo pena de torturas y humillaciones, además de destruir templos y obras literarias, y todo lo que no siguiese las estrictas normas del proletariado. El pueblo chino poco a poco se fue deshaciendo de aquel legado regio del que solo quedaron cenizas. Quizá fue la razón y causa del yermo patrimonio fragante de la China actual, incapaz de recuperar su pasado glorioso.

Japón: del *kumiko* al *fusego*

Cuenta la leyenda que cuando falleció Lady Li, la amada concubina del emperador Wu, el soberano cayó en una profunda depresión. En ese intento de recuperar la visión del bello rostro de la dama y aliviar su dolor, reclamó los servicios de un chamán taoísta, quien le proporcionó un poco de un incienso mágico y espiritista que, mientras ardía, reflejaba en sus densas volutas de humo aromático el rostro de quien había fallecido.

Hangon-kōh no es un incienso cualquiera. Está elaborado con la madera y raíces de un árbol mágico japonés —Hangonju— que dicen que tiene la capacidad de atraer a los espíritus. Su poderoso olor se siente de lejos y atrapa de una manera que escapa a la razón. Ese apego material de poseer de nuevo la imagen de la dama, atrapada en el pasado, en una ilusión, no proporcionó paz al emperador, que siguió sumergido en su inmensa pena. Esta alegoría que muestra esa propensión del ser humano de aferrarse a la vida material, mundana, y su incapacidad para dejar ir al ser querido después de la muerte,

refleja varios rasgos del sentir nipón: la creencia en espíritus y fantasmas que pueden hacer el bien o el mal en función de las ofrendas que se hayan hecho a los *kami*, entendidos como entidad espiritual sobrenatural en el sentido más amplio del término, no solo deidades ancladas a las fuerzas de la naturaleza, como la luna, el sol o los campos, sino ancestros y demás seres dignos de venerar; la confianza en el incienso como medio exorcizador, y la permanencia en la creencia del *tempus fugit*, una idea asociada a la combustión del incienso que simbolizó el propio devenir humano: una vez que te consumes, no queda nada.

Ideas y credos ancorados en "la religión sin nombre", una amalgama de tradiciones y prácticas indígenas de cariz animista [75], muy vinculadas a la naturaleza sobre la que se podía influir a través de la magia y los ritos, que más tarde recibiría el nombre de *shinto*, una antigua palabra china que significa 'el camino de los dioses'. A pesar del advenimiento de las creencias budistas allá por el siglo VI, el sintoísmo marcó Japón del mismo modo que lo hicieron sus dogmas. Ese respeto por el entorno y el ajeno quizá hizo mesurar su gusto por el perfume, modulando la intensidad, haciéndolo más intimista, para que no fuese invasivo, para no abrumar el olfato, un sentido, por otro lado, ensalzado y refinado hasta el extremo, como veremos. Eso puede explicar el gusto japonés por aromas etéreos, aromáticos, sutiles, que estén sin hacerse notar. Sobre la materia, poco más que aportar que la impregnación de la cultura china, sus costumbres y gustos en torno al aroma.

Japón fue a China lo que Roma a Grecia: un "engullidor" de cultura que se apoderó de las tradiciones del donante. Con el pequeño detalle de que Japón, lejos de hiperbolizarlas y llevarlas a lo obsceno, como Roma, las depuró y refinó hasta hacerlas suyas, en un alarde de inteligencia y finura. Las artes clásicas del refinamiento chinas, engendradas al albor de la erudición floreciente con los Song y los Ming, como la liturgia del té, el arreglo floral, el arte de escuchar el incienso o la apreciación de la pintura, guillotinadas por la rebelión de Mao, se mantuvieron indelebles en el devenir de Japón, hasta el punto de convertirlas en representaciones contemporáneas de la cultura japonesa, centrándose especialmente en tres: *kado*, el arte del arreglo floral; *sado*, la ceremonia del té, y *koh-do*, el camino del incienso.

Mientras en la China clásica los aromáticos se denominaron *xiang*, en el Japón de Heian (siglos VIII-XII) se reconocieron como *koh*. Una era en la que el incienso floreció extraordinariamente fuera del contexto religioso budista para reivindicar su papel hedonista, gracias a la introducción del *nerikoh* [76] por el sacerdote budista Ganji en el 754 d. C. Antes de este prolífico periodo, las maderas aromáticas endémicas como el ciprés japonés hinoki (*Chamaecyparis obtusa*), extremadamente venerado en ceremonias y rituales; koyamaki

silvestre (*Sciadopitys verticillata*), árbol sagrado del monte Koya; hiba de Aomori (*Thujopsis dolabrata*) o Sugi Kitayama (*Cryptomeria japonica*) se quemaban "en bruto" con carácter medicinal o asociado al culto.

Estas maderas exóticas son las únicas materias propias de las que podía presumir Japón. Pináceas o cupresáceas, muchas de ellas especies que se encontraban franqueando los lugares de culto, de ahí su carácter sagrado, incluso utilizadas para construir templos y santuarios, un ejemplo más de "arquitectura fragante", como las mezquitas musulmanas o el mismísimo templo del rey Salomón, íntegramente de cedro aromático.

El balsámico aroma de estas maderas no solo tenía cualidades purificantes, bactericidas e insecticidas, también a nivel mental y espiritual, por ser capaz de aquietar la mente y llevarla a un estado introspectivo, así como anclar a tierra y amarrar el pensamiento al momento presente. Pero todo comenzó a cambiar cuando aparecieron los *nerikoh*, composiciones aromáticas con un destino más recreativo que sacro o terapéutico, como perfumar las prendas y protegerlas contra los insectos que, dado su carácter "mixto", permitió agudizar el ingenio y desarrollar la creatividad formulando combinaciones distintivas y originales.

De este modo, los nobles del periodo Heian (siglos VIII-XII) se lucieron con las *takimono* [77], una derivación de los *nerikoh*, hasta convertirlas en "habilidad social", recetas propias de incienso compuesto que guardaban con celo e, incluso, pasaban de generación en generación. Un precedente claro de la actual perfumería de autor. Esta destreza en la maña de combinar aromáticos generó la práctica de *soradakimono*, diseñado para el disfrute de los elegantes aromas, dando el pistoletazo de salida a la estética y el arte de la elegante quema de incienso nipón.

Se comenzaron a elaborar fórmulas para cada estación del año, momentos especiales e, incluso, diferentes estados de ánimo, granjeándose un verdadero guardarropa olfativo para cada ocasión. Incluso tuvieron un carácter lúdico, "los juegos del incienso", como *takimonoawase*, que consistía en competiciones para ver qué participante producía las mejores fragancias; o el sofisticado y entretenido juego de los Tang de la China imperial, Wen-Siang, que consistía en adivinar los ingredientes del incienso "deconstruyendo" la receta, haciendo del simple acto de oler toda una experiencia sensorial. Este juego se mencionó en *Genji Monogatari* [78] o *La historia de Genji* (siglo X), en la que su protagonista fue anfitrión de muchas de esas reuniones con diletantes olfativos.

Posteriormente, el entretenimiento se rebautizó como genjikō, donde los participantes debían adivinar el máximo número de ingredientes de cinco incensarios con diferentes esencias. Las opiniones y juicios de cada uno se

expresaban utilizando el *genjimmon*, patrones lineales que designaban capítulos de *La historia de Genji*. En uno de los pasajes se reconocen trozos de sándalo, estoraque, *onycha*, azafrán o almizcle, que nos permite hacernos una idea de la materia aromática de predilección. Todo ello sentó las bases de algo más solemne y protocolizado que fue más allá del simple divertimento: *koh-do* o el arte de apreciar el incienso. Una ceremonia que se hizo popular en el siglo XIII y no solo fue reconocida por la alta calidad de los exóticos utilizados, sino por toda la parafernalia de accesorios y utensilios que requirió, expuestos y albergados en los distinguidos gabinetes *dogu-dana*, finamente trabajados en oro y laca, con motivos auspiciosos como flores delicadas, grullas voladoras o arroyos sinuosos, y distintos compartimentos donde se guardaba todo lo necesario para el ritual.

El conjunto de prácticas asociadas al arte de apreciar los perfumes "quemados", dentro del complejo *koh-do*, se denominó *kumiko* que, en sí mismo, comportaba un tipo de liturgia. En el *kumiko* los participantes tenían que hacer turnos para oler entre una y cinco veces una receta incensal preparada por el anfitrión —*komoto*—, haciendo las observaciones pertinentes hasta adivinar los componentes de la fórmula. Pero quizá la ceremonia más representativa del *koh-do*, por la cual adquirió la definición de "el camino del incienso", se centra en el *jinkoh* (madera de agar o aloe) y el ritual Rikkoku, literalmente 'los seis países de madera de agar'. Mediante este reto, los invitados debían adivinar los seis tipos de madera que tenían delante: Kyara (Vietnam), el agar de mayor calidad, refinado, exquisito y extremadamente caro; Rakoku (Tailandia), también muy apreciado, de matices acogedores que recuerdan al sándalo; Manaka (Malasia), ligero y tentador, casi imperceptible; Manaban (India), el más resinoso, tanto que un truco para detectarlo eran los restos pegajosos que dejaba sobre la placa de mica; Sumotara (Indonesia), algo más agrio y tosco, se podría decir que la "versión pueblerina" de Kyara; y Sasora (India), con matices similares a Kyara pero ligeramente picante y de estela tenue.

La hazaña no concluía aquí. Además de detectar la procedencia de cada variedad de *jinkoh*, tenían que definir los *gomi* o cinco sabores: *amai* (dulce), *nigai* (amargo), *korai* (picante), *suppai* (ácido) y *shio karai* (salado) (Morita, 1992), muy en sintonía con las teorías de los cinco sabores de la medicina tradicional china. El truco estaba en que no solo se debía oler, sino "escuchar", mediante la auscultación atenta y meditativa, percibir cómo combustionaba la madera, los sonidos que emitía cada variedad, el aire que se percibía alrededor del incensario o cómo se advertía el humo si se soplaba ligeramente hasta llegar al rostro. Una verdadera práctica zen que fue más allá del acto lúdico para alcanzar dimensiones filosóficas, metafísicas, donde el

aroma fue digno de la más absoluta atención, con inestimables beneficios para la salud física y mental.

Tal fue así que, en algún momento del siglo XV, los monjes budistas zen japoneses transcribieron un documento que describía las numerosas cualidades y beneficios del incienso, al que llamaron, en ese alarde de sencillez y pragmatismo asiático, "las diez virtudes del *koh*":

1. Nos comunica con lo transcendente y lo sagrado, un aspecto innato del incienso desde sus orígenes.
2. Purifica mente y cuerpo por los beneficios terapéuticos de los ingredientes combustionados.
3. Elimina impurezas.
4. Proporciona conciencia mental y mejora las funciones cognitivas.
5. Nos sume en un estado meditativo, de absoluta introspección.
6. Nos aporta paz mental.
7. "Cuando hay abundancia, uno no se cansa".
8. "Cuando hay poco, uno no está satisfecho".
9. "La edad no lo deteriora, sino que lo glorifica".
10. "Usado todos los días, no hace daño".

Jinkoh fue el primer ejemplo registrado de incienso que Japón jamás había experimentado. Y lo que quizá no se sepa tanto es que la etimología de la palabra, en realidad, se deriva del sánscrito *aguru* que significa 'pesado', y *jin* tiene el mismo significado. A pesar de que Japón asumió y asimiló como propio el tejido cultural chino, según Morita (1992), también hay influencias indias en sus modos y gestos. No solo por la gran cantidad de exóticos que se introdujeron: India influyó en el mundo de los aromas de Japón con la práctica de "escuchar" el incienso, plasmado en un pasaje del *Sutra Mahayana*, donde se establece que todo es fragante como el incienso en el mundo de Buda; un universo donde incienso y fragancia son sinónimos. Manteniendo este símil, la enseñanza de Buda es, en realidad, incienso; por ello, los *bodhisattvas* no escuchan la palabra, escuchan el incienso.

Al margen de apreciaciones transcendentales, volviendo al étimo de *aguru*, *jin* en japonés, 'pesado', la forma que tenían los antiguos de saber si un pedazo de *jinkoh* era de calidad lo suficientemente alta como para usarlo como incienso fue comprobar que era lo sobradamente pesado como para hundirse en el agua. Cuanto más incisiva fuese la infección del duramen del árbol Aquilaria, mayor cantidad de aceites y resinas aromáticas tendría la madera, y por tanto, más pesada.

La cultura india también obsequió a Japón con la ceremonia Soradaki

(*sora*, ‘aire libre’; *daki*, ‘quemar incienso’), una forma secular de disfrutar de la fragancia popularizada en el periodo Heian por nobles y cortesanos. Había muchas formas de Soradaki, como prender varillas de incienso [79] en el hogar para purificar el ambiente y crear atmósferas perfumadas; o impregnar las ropas con su fragante humo, una costumbre de la India imperial —especialmente las mangas—, como forma de demostrar opulencia y exclusividad. En un pasaje de *La historia de Genji* se cita que las damas nobles, ocultas en sus palanquines [80], ocasionalmente dejaban entrever la manga de su lujoso kimono para insinuar su belleza y que todo quedase impregnado de su aroma personal. Sin duda, el arte de incensar los kimonos fue una de las prácticas aromáticas más exóticas y divulgadas del Asia ancestral. Una técnica que en Japón se denominó *fusego*, referido como tal a la estructura de bambú en forma de cesto invertido que se ponía sobre el incensario con la mezcla perfumada, diseñado de tal forma que permitiera dejar salir los humos aromáticos que impregnarían los tejidos, evitando que se quemaran. Este arte fue evolucionando con la inclusión de fórmulas de perfume cada vez más sofisticadas, las codiciadas *takimono*, antes mencionadas, que fueron derivando en composiciones exclusivas que advertían la llegada de una persona por su sello olfativo.

El simbolismo del kimono creció a la par. A medida que avanzaba el periodo Edo, el corte del kimono evolucionó hasta convertirse en una prenda exterior unisex, un verdadero marcador cultural visiblemente unificador, pero se sofisticó con elementos fastuosos que daban muestra de la posición social de quien lo llevaba. En el periodo Heian, cuando la cultura japonesa estaba en pleno esplendor, se creó el *junihitoe*, un hermoso traje de múltiples capas que se convirtió en el atuendo formal de las mujeres aristocráticas. Esta sensación de belleza, que consagraba los cambios de estaciones en aromas y se impregnaba en la ropa, pronto se convirtió en un ritual importante de la sociedad aristocrática.

En una cultura tan arraigada en la naturaleza como la japonesa, con sus mitos y supersticiones, cada símbolo que se estampaba en el kimono servía como humilde recordatorio de los valores y creencias inherentes al pueblo. En ocasiones, se grababan mensajes personales, el estilo, estampado y color se traducían como señales alegóricas de quién era quién, cuánto tenía y qué valoraba. Se comenzó a utilizar lo explícito para expresar lo implícito. La flor de cerezo honraba los nuevos comienzos; la de glicinia expresaba el amor, igual que la peonía; ruiseñores, insignia de estatus; o un pino, signo de la firmeza y sabiduría de la madurez. Símbolos auspiciosos que auguraban prosperidad y abundancia a su digno portador. El “lenguaje de la manga” se hizo tan popular que, incluso, se convirtió en recurso pictórico y tema exótico

de la literatura amorosa clásica. Bajo la rúbrica de *tagasode* ('¿De quién son esas mangas?'), se hacía alusión a esa mujer ausente cuyas hermosas túnicas evocaban recuerdos de su dueña, un tema inusual que subyacía de un antiguo poema clásico que describía cómo la fragancia y las pertenencias de una persona (el aroma persistente de un quemador de incienso y los diseños de un kimono) podían revivir la esencia de su dueña. *Tagasode* se representó especialmente en biombos plegables (byōbu) elaborados con tinta negra y de color, oro, plata y pan de oro sobre papel [81]. Muchos de los biombos *tagasode* representan kimonos suntuosamente estampados, colocados sobre percheros lacados, algunos de ellos con delicados estampados teñidos ('manchas de cervatillo' o *kanoko shibori*), que representaban el refinamiento del gusto del Kioto de la época.

Pero el arte de perfumar las mangas o hacer de las mangas perfumadas un símbolo erótico no queda aquí. Las geishas, las grandes embajadoras de la estética nipona, fueron maestras de esta habilidad. Cuando uno observa la riqueza del atavío de las "damas del arte" (*gei*, 'arte'; *sha*, 'persona', 'hacedor') —que no cortesanas ni prostitutas—, parece que sus mangas son majestuosas, hiperbólicas, como signo inequivocable de su excelsa belleza y sensualidad.

Las geishas escondían saquitos perfumados en el hueco de sus fastuosas mangas, no sabemos bien la receta, pero sí que fueron usuarias de aromas afrodisiacos como ardiz para fomentar su negocio. Posiblemente canela, clavo y otras especias de acción "calorífica", pero especialmente madera de agar o *jinkoh*, el olor que saturaba las estancias de las geishas en evidente reclamo para entrar en ellas, o como señal del tiempo transcurrido con cada cliente. *Senkodai* (pago por varillas de incienso) fue el sistema utilizado por esas prolijas damas de compañía para calcular el "coste" de cada sesión. Tantas varillas quemadas, tantas monedas a pagar. Las varillas se disponían en una especie de caja de madera, compuesta por una especie de palillos separadores en su parte superior, sobre los que se colocaban las varillas. Al final del servicio, a simple golpe de vista, se contaban las varillas consumidas y se calculaba el montante total.

Manga de kimono, Bijutsukai Korin Furuya (1901).

Los secretos de la elaborada estética de las geishas parecen herméticos para el público occidental, solo nos quedan pequeños retazos de ciertos esenciales de su cuidado personal: *nuka-bukuro*, una suerte de saquitos de seda pura con salvado de arroz y harina de frijoles *azuki* (o soja roja), con los que limpiaban la piel de rostro y cuerpo para prolongar su juventud; mascarillas faciales de excrementos de ruiseñor, no solo porque el ave se consideró símbolo auspicioso, sino porque sus componentes, urea entre otros, acondicionaban su piel y la blanqueaban; aceite de *tsubaki* (*Camellia japonica*), para nutrir su cabello, y, posiblemente, baños de sake para suavizar y regenerar la piel y dejarla nívea.

A las geishas les encantaba el agua tónica perfumada "rocío de flor", una combinación de agua de rosas silvestres, especias, como el clavo, sándalo y alcanfor, que comenzaron a usar alrededor del siglo XVII, y luego se extendió entre las clases medias y bajas. Se afeitaban completamente las cejas (*hikimayu*) para luego dibujarlas más altas, consiguiendo así un efecto *lifting* instantáneo. El rostro blanco y rojo (¿en honor a su llana bandera?) fue una obsesión —"la esencia de la mujer hermosa"—, no solo para las geishas, sino para las damas de la corte en general. Una fascinación que arrancó en la China antigua, donde las mujeres usaban una mezcla de polvo blanco a base de plomo disuelto en agua, que aplicaban por todo el rostro con la ayuda de una brocha ancha y plana. Un monje budista intentó formular una loción a base de

salvado de arroz, algo más saludable que el plomo, pero no tuvo tanto éxito, quizá porque no ofrecía un nivel de cobertura tan extremo. Las geishas sucumbieron, por supuesto, a esta moda, pero con una distinción que funcionó como mensaje implícito: dejaban su cuello desnudo siguiendo un patrón (*mayu*), un signo erótico que, además, dejaba vislumbrar entre líneas la juventud de la damisela. Y si en la China imperial los pies loto de oro fueron una fascinación estática y fetichista, en el Japón dinástico lo fueron los dientes negros azabache (*ohaguro*), muy populares como inquietante canon de belleza y muestra de elegancia hasta la era Meiji, cuando Japón abrió las puertas a la modernidad.

También dormían sobre *kohmakura*, una especie de saquitos perfumados (por ejemplo, canela, alcanfor y sándalo) que ponían en la almohada para aromatizar sus cabellos durante la noche. Ambientaban los espacios con *kusudamas*, unas bolitas decorativas, normalmente de *kirigami* (el arte del papel recortado, como el *origami* lo es del papel plegado), provistas de cintas o cordeles para colocar al gusto, que albergaban incienso o hierbas aromáticas en su interior.

Inro japonés lacado con pavo real (siglo XIX), perteneciente a la colección de arte japonés del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York.

A Japón también le debemos el exótico *inro*, literalmente ‘estuche estampado’, una especie de cajita tipo petaca con un cordel en su extremo superior para poder colgar del *obi* (fajín del kimono), ricamente decorado,

bien con símbolos de longevidad y buena fortuna (grullas, ciruelos en flor, pavos reales o espigas de arroz), bien con nácar o madreperla o bien con incrustaciones de oro, que servía para guardar objetos pequeños, muy utilizados por los samurái [82] para guardar especias, hierbas medicinales y opio, con el que calmaban el dolor que les provocaban sus heridas. También se piensa que en el *inro* se guardaba incienso en polvo para poder perfumarse las manos *in itinere*. Esa asociación con el perfume o la costumbre samurái fue quizá lo que inspiró al diseñador Yves Saint Laurent para crear su primer Opium, el perfume más controvertido [83] de la historia. Saint Laurent pretendió crear una fragancia que fuera capaz de cautivar a una emperatriz china, un perfume con vocación oriental y la esencia de la China imperial, cargado de exotismo y misterio. Y realzó su carácter narcótico asociándolo al opio, una droga polémica y destructiva que llevó a China a dos guerras y la extinción de su última dinastía. Curiosamente, decidió embotellar la decadencia imperial en un invento japonés —el *inro*—, lacado en rojo, el color más auspicioso para la civilización china, en un claro mestizaje cultural que fue aceptado por la masa occidental, como reducto del enigma y grandeza del Asia ancestral.

A la postre, el baño se consideró un verdadero ritual de purificación física y mental, muy en sintonía con los postulados del sintoísmo. Existía la creencia de que las cálidas aguas termales de los *sento* (baños públicos) que brotaban del núcleo de la tierra tenían cualidades sanadoras y rejuvenecedoras (posiblemente por la gracia de los *kami*). Los más pudientes cumplían con la obligación sagrada en sus *ofuros* privados, unas tinas fragantes, normalmente de madera de hinoki, a las que se les podía echar algas (kombu, wakame, junori…) para beneficiarse de su *iodina* y múltiples aminoácidos; o flores (el crisantemo fue muy popular entre las cortesanas de Tokio, que también lo bebían en forma de té para mantener la belleza de su piel e incrementar el brillo de sus ojos), hojas (de nabo daikon, zanahoria, cerezo o melocotonero), cáscaras de cítricos, raíces (iris, loto, jengibre) y derivados del arroz (sake y salvado). Un verdadero cóctel fragante y prolongevidad que colmó los deseos de una élite ávida de singularidad.

India: el mundo perfumado de brahmanes y maharajás

"Yo soy la fragancia de la Tierra", proclamó el señor Krishna en el *Bhagavad Gita*.

Bajo la bochornosa alborada de Madurai, manos diestras escarban entre el

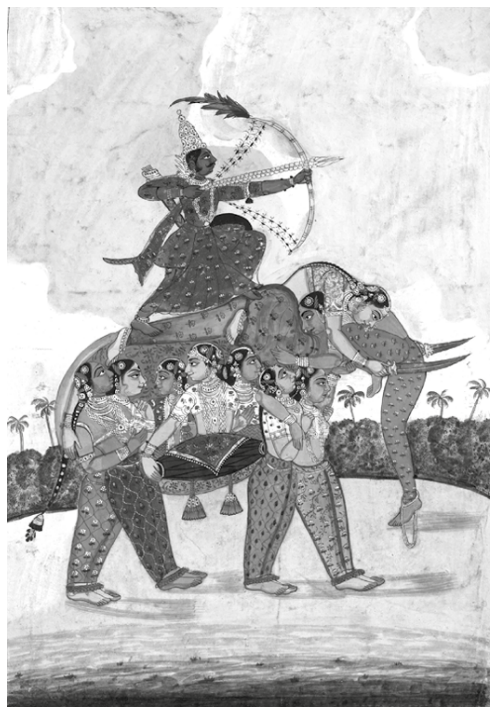
follaje de arbustos fragantes para encontrar esas diminutas estrellas blancas, los capullos aún clausurados de *Jasminum auriculatum*, los cenicientos y aterciopelados retoños de una de las especies de jazmín más raras del elenco de flores narcóticas, que solo se encuentra en este pretérito enclave del estado de Tamil Nadu. Los cosecheros se afanan en el crepúsculo, cuando el embriagador aroma del jazmín es nítido y acaparador, antes de despuntar el alba, para extraer su extracto más preciado, el alma de la flor. El dulce *Madurai Malli*, como se define en tamil, antaño ofrenda de dioses polimembrados y tonalidades abigarradas, se dispone en fragantes guirnaldas tejidas por dedos gráciles que hoy yacen amontonadas entre la algarabía y la colorida atmósfera de los mercados de flores indios. Unas guirnaldas que decoraban los cuerpos de las deidades en los templos del mismo modo que se suspendían sobre los lechos de los amantes para despertar la euforia y avivar la pasión. Guirnaldas auspiciosas que embellecían el cabello de mujeres igualmente bellas y adornaban festejos y banquetes con la misma solemnidad de los dioses a quienes se ofrecían.

Qué se puede esperar de un país como India. El jardín del Edén —el paraíso del perfume—, con sus más de 15.000 especies, unas 3.000 documentadas, entre los Himalayas y Assam; la llanura del Indo y Malabar. Davana, henna y kewra; espicanardo, costus y nagarmotha o cypriol [84]; rhus khus, mogra y kumkum; loto rosa, satapatri (la flor de cien pétalos), la fragante rosa de Pushkar o la sagrada de Vrindavan; sándalo de Mysore y cedro del Himalaya; caléndulas y orquídeas.

Qué se podría decir de un país donde cada divinidad, entre dioses, semidioses y consortes, tiene su propia fragancia —o varias—, como Kamadeva, el dios del amor y el deseo sexual, que con su arco de caña de azúcar repleto de abejas y miel (*kama madhu,* 'la miel del deseo') lanzaba flechas con las puntas repletas de flores eróticas, como la champaca, el jazmín, la flor de ashoka, la del mango, la de loto o la de azafrán, sabedor de que su embriagador aroma y sus virtudes afrodisiacas harían sucumbir incluso al más casto. "Ni el amor que tiene por flechas flores y cuyo aliento aturde como violento perfume", dijo Siddharta [85].

Un paraíso con especies desconocidas que solo allí se pueden encontrar: mandatal, manjista, nalika, valaka, karpura o las resinas halmaddi y dammar, algunas de ellas, envueltas en leyendas, como la divina *parijata* (*Nyctanthes arbor-tristis*) —la flor del cielo—, también denominada jazmín de floración nocturna por su aroma semejante a la reina de las flores blancas. Cuenta el mito que la bella princesa Parijata se enamoró perdidamente de Surya —el dios del Sol—, a quien pidió que morara en la Tierra, pero la Tierra no es lugar para dioses, así que la audaz joven, desconsolada, decidió seguir a

Surya, pero su incandescencia la redujo a cenizas. Surya, en su profunda tristeza, decidió otorgar a la princesa una nueva vida convertida en árbol con unas flores blancas fragantes de corazón anaranjado, donde siempre residiría el alma del fulgente dios. Surya la visitaba todas las noches, cuando florecía esparciendo su intenso olor. Aun así, la princesa seguía sin poder soportar su inmenso calor y sus flores caían al suelo al ver los primeros rayos al amanecer, que se derramaban como lágrimas de dolor en recuerdo de su amado.



Representación de autor desconocido del dios Kama o lord Kamadeva (el Cupido hindú) donde se aprecia que la deidad del amor y el deseo porta entre sus manos un arco hecho de caña de azúcar con cuerda plagada de abejas zumbonas, símbolo de "la miel del deseo", y un portaflechas con las flores eróticas, cuyo efecto aromático provoca que las doncellas se rindan ante el dios, enganchadas a lomos del elefante.

India, el país de la contemplación y el ensueño. El ombligo espiritual del mundo. Dosel del universo y trono de dioses. Brahmanes y maharajás, sabios y faquires, ascetas y *bodhisattvas* descienden por gradas atestadas para expiar sus pecados en las sagradas y pútridas aguas del Ganges, mediante *aartis* [86] y *poojas* [87] ricamente perfumadas con sándalo y alcanfor, recitando exclamaciones de alabanza e himnos sacros, acompañados de una lluvia de flores al apuntalar el alba. Hay una misión providencial en India: perpetuar y divulgar entre otras naciones las más antiguas tradiciones humanas y ciencias

divinas subyacentes en el alma. India parece poseer las llaves del pasado, legándonos el tesoro de la quintaesencia de la antigua sabiduría (Schuré, 2022). Entre *Vedas* [88], *Puranas* [89] y *Upanishads* [90], una sabiduría escrita en sánscrito, plagada de reseñas perfumadas que dejan meridianamente claro el importante papel que tuvo la fragancia en el subcontinente asiático desde el albor de los tiempos. Un paisaje de ensueño con un fondo de abisal miseria. Una voracidad aromática donde la infinita amalgama de especies odoríferas compite por el protagonismo de la cruda realidad social, un escenario de callejuelas alfombradas con estiércol, purines y barro, donde muchedumbres humanas conviven con vacas y con las moscas de las vacas, entre clamores y el trajín comercial de los puestecillos destartalados. Donde las secreciones nasales cubiertas de hollín de los críos de los intocables (*dalit*), los marginados incapaces siquiera de pertenecer al sistema de castas, se aglutinan en los brazos de los viandantes suplicando caridad. Donde la impostada celeridad de las rudimentarias motocicletas zarandea a los enclenques *rickshaw* [91].

Pero si hay algo que se queda engarzado a la memoria olfativa como férrea obstinación es el olor de la cremación, el incisivo ritual que pretende liberar el alma de la carne mortal. Ni toda la exuberancia fragante de India es capaz de camuflar el mordaz olor de la carne quemada (McHugh, 2012) [92]. Por mucho sándalo que alce las piras, nada parece poder competir con el mordiente hedor de la decadencia humana. Y es que no hay nada en India que no incite a la exaltación sensorial, y el olfato siempre ha tenido un lugar privilegiado.

Siendo estrictos con los tiempos, según vestigios [93], todo comenzó hace miles de años con la civilización del valle del Indo (3300-1300 a. C.), también denominada civilización Harappa, por ser una de sus metrópolis más destacadas, una de las más ricas, fascinantes y desconocidas del mundo antiguo. Un terruño cruzado por el fértil río Indo y sus afluentes, que abarcó por el norte Afganistán y Pakistán, por el sur hasta Surat (en el estado de Guyarat), por el este fue bañado por el Ganges y el Yamuna —los ríos sagrados para el hinduismo— y por el oeste lindó con las costas del mar Arábigo. Una extensión que, para los griegos, constituía el final del mundo.

Posiblemente cuna y origen del yoga, a juzgar por las pequeñas figurillas de terracota encontradas, forjadas en postura de asana, a pesar de ello, a diferencia de otras grandes civilizaciones coetáneas, como la egipcia, no se han encontrado vestigios de templos o grandes efigies de deidades, lo que hace pensar que no practicaban una espiritualidad pomposa plagada de ritos sacerdotales, sino que pudo ser más bien intimista e introspectiva.

Pero para entender cómo se moldeó el devenir olfativo indio, debemos situarnos mentalmente en aquella época, en una zona estratégica por la que

accedieron numerosas culturas, un cruce de razas, costumbres e ideologías, con influencias árabes, asiáticas, persas y babilónicas y todo su *héritage* en torno al perfume, además de nuevas materias aromáticas como fruto de un comercio dinámico con el sudeste asiático y Roma al oeste. Pero Harappa se derrumbó hacia el 1700 a. C., aunque no están muy claras las causas, y los arios [94] iniciaron la denominada era védica (1700-600 a. C.), con sus cuatro *Vedas* (*Rigveda, Yajurveda, Samaveda* y *Atharvaveda*), los primeros registros literarios y una enorme fuente de conocimiento sobre el pensamiento filosófico, prácticas religiosas y costumbres sociales de la India del momento, donde el perfume se consideró la esencia de la Madre Tierra, un "don divino" y un medio de conexión espiritual.

Los textos védicos formaron la comprensión fundamental del *Sanatana Dharma* (el estado de unión con la esencia más pura de uno mismo) y proporcionarían dirección y propósito a la vida de los creyentes. Se aceptó una sola entidad, Brahman, que no solo era el creador de la existencia, sino que era la existencia en sí misma. Como esta entidad era demasiado grande para ser comprendida en su totalidad por los seres humanos, aparecía en forma de "avatares", como Brahma (el creador), Vishnu (el preservador) y Shiva (el destructor) —la *trimurti* o *trideva*, los dioses más importantes del hinduismo—, así como en una multitud de semideidades, todas las cuales eran en realidad el mismo Brahman. Sea como fuere, el propósito de la vida humana era reconocer el *atman* (yo superior), cumplir el *dharma* (deber) impuesto por el *karma* (acción), para liberarse del *samsara*, el ciclo de muerte y reencarnación.

Pensemos en los primeros arios como esos pueblos de pastores migrantes para quienes el perfume se entendió en un contexto politeísta de cariz animista, con el que se realizaban ofrendas a las fuerzas de la luz, el bien y el orden, o se quemaban resinas (el guggul, "la mirra india", fue la más valorada) para atraer la abundancia de las cosechas y las gentes, e impedir que espíritus y demonios esparcieran la enfermedad y la muerte. En el *Rigveda*, además de establecerse el sistema de castas, donde los brahmanes (sacerdotes y maestros) fueron la estirpe superior por considerar que salían de la mismísima boca de Brahmá (el dios supremo que dio origen al universo), se mencionan las guirnaldas con flores de temporada como ofrenda fragante. Un elenco de especies exóticas como el jazmín nocturno o *parijata*, jazmín mogra o *malli*, tuberosa rosa o *rajnigandha*, champaca o magnolia india, junto con la fragante albahaca sagrada, son las que se solían ofrecer a Vishnu, Krishna y Balaji o Venkateswara, "el dios de la manifestación".

Estas ofrendas, realizadas por los sacerdotes, se componían de múltiples pasos comenzando por el baño ritual (el purificador del pecado), con aguas

sagradas de los ríos, mezcladas con ungüentos fragantes que luego se vertían sobre la deidad. Se solían aplicar cinco sustancias diferentes, todas ellas de aroma sutil y sátvico —el más puro—, como el agua de cúrcuma, un tubérculo que conectaba instantáneamente al devoto con las frecuencias de la Tierra y purificaba el lugar; o el *chandan*, pasta de sándalo, que realzaba el ambiente divino. El texto *Kularnava Tantra* se refiere a *ashtagandha* o 'tesoro de ocho fragancias' como la mezcla perfecta que se debía ofrecer a las deidades: sándalo blanco (el más fragante); alcanfor; azafrán indio; *Cyperus* (juncia o junco oloroso); gaurochan o gorochana, bezoar de vaca [95]; cedro del Himalaya; *samrani* o benjuí y *kasturi* o almizcle [96]. Se piensa que el aroma resultante de esta mezcla es el que emanaba del señor Krishna, una de las deidades supremas, un aroma asociado a la pureza y la positividad que los devotos también aplicaban en la frente para concentrarse más durante la meditación y bloquear la entrada de energías negativas al cuerpo.

El perfume *punugu* (algalia), extraído de la glándula de la civeta, también llamada gato de algalia, tuvo un valor muy especial, en un principio se usó como sustitutivo del costoso almizcle pero, poco a poco, fue cobrando protagonismo. Estos rituales del templo se completaban con la liturgia del *vaisnava* o *shaiva tilak* [97], que consistía en adornar la frente de los dioses con pastas fragantes. Llama la atención la *pooja* de Balaji o Venkateswara, en el templo de Tirupati, Andhra Pradesh, donde Venkateswara (un avatar de Vishnu), es adornado con una gran *tilaka* blanca, hecha de alcanfor, y una franja oscura en el centro, de almizcle oscuro mezclado con pasta de sándalo. Es uno de los signos más distintivos de la deidad, junto a las opulentas guirnaldas florales que abrazan su cuerpo, una combinación donde los aromas y los colores debían armonizar con las pastas perfumadas con las que previamente se había ungido, además de una forma muy interesante de representación del "perfume visible", en contraposición al carácter invisible que siempre ha tenido el olor.

En resumen, las primeras etapas védicas estuvieron marcadas por los *yajnas* o sacrificios de fuego y oblaciones perfumadas compuestas por flores, raíces o resinas en honor a Agni —el dios hindú del fuego y el calor digestivo, según el ayurveda—, considerado el impulsor de la prosperidad material y la inmortalidad. Estos *yagnas*, antiguamente realizados únicamente por los brahmanes, se siguen practicando en la actualidad dentro de rituales y *poojas* en los hogares hindúes. Se relacionó el elemento tierra con el sentido del olfato, *gandha*, íntimamente conectado con el aliento de vida, *prana*. El sentido del olfato ha sido cuidadosamente cultivado y curado en la tradición india, en gran parte gracias al *Agama Shastra*, la tradición ritual del templo que ya se ha comentado: Infúndeme abundantemente esa fragancia, oh Madre

Tierra, que de ti emana; tu fragancia que ha entrado en el loto, donde los dioses inmortales se deleitan desde tiempos primitivos. ¡Sumérgenos profundamente en esa fragancia, oh Madre Tierra! (*Atharvaveda*).

En el *Atharveda*, el último de los *Vedas*, que difiere significativamente de los tres primeros ya que se ocupa de los hechizos mágicos para alejar a los espíritus malignos, con sus cantos, himnos, oraciones y rituales de iniciación, se mencionan drogas aromáticas de cualidades terapéuticas, como regaliz, vetiver [98] o raíz de costus, una sustancia aromática poco común fuera del contexto indio, pero mencionada en muchos de sus himnos como importante medicamento para alcanzar la vida eterna.

El costus (*Saussurea costus*) es una de esas extrañezas olfativas que todo amante del perfume debería descubrir. Al igual que el nardo jatamansi, sus moléculas aromáticas se disputan el protagonismo entre el dulzor y el hedor. Entre el despunte floral y el corazón acre, ligeramente sucio y hartamente animálico. No en vano, al nardo jatamansi también se denomina raíz de almizcle. Una polaridad olfativa que se supo apreciar en la Antigüedad y forma parte hoy de las creaciones más disruptivas. Del mismo modo que ocurrió en la China ancestral, donde la mayoría de sustancias incluidas en la extensa farmacopea de la medicina tradicional china eran de carácter fragante, en el ayurveda esa idea se replica, adquiriendo el perfume connotaciones medicinales o terapéuticas, una idea que se desarrollará más adelante. Se pensaba que cada planta absorbía el *prana* (fuerza vital) y *ojas* (esencia nutritiva) del suelo, transformándolos después en alimentos, medicinas y perfumes para el beneficio de los seres. “Yo soy la fragancia de la tierra”, proclamó el dios Krishna, recordándonos la presencia vivificante de Dios dentro del más humilde de los elementos. Se sabía que los sabios o *rishis* de la Antigüedad tenían nociones muy avanzadas sobre botánica, química y ciencia médica. Sus conocimientos sobre las propiedades de cada sustancia aromática los llevaron a desarrollar la ciencia holística (razón de ser del ayurveda) y la estética de las fragancias.

Una parte del ayurveda se centra en la alquimia, iniciada en el periodo védico con la preparación de un elixir de inmortalidad: *amrita* [99], “lo que los dioses beben y lo que los hace dioses”, vinculado al culto tántrico budista, muy en sintonía con el *Neidan*, o alquimia interior taoísta china. Bajo estas premisas se gestó el *soma*, el narcótico divino de la antigua India, equivalente a la ambrosía griega, con ciertos paralelismos con la *theriaká* (panacea universal, mencionada por Galeno en el siglo I), un polifármaco con opio, y otros brebajes enteógenos que se ingirieron dentro de los rituales iniciáticos griegos, especialmente los ritos eleusinos. Ya se justificó en capítulos anteriores la presencia de sustancias psicoactivas en los compuestos

aromáticos de la Antigüedad, especialmente el cannabis y el opio, pero el *soma*, frecuentemente mencionado en el *Rigveda*, fue “el elixir de elixires”. Se consideró como un mediador con lo divino y fue reconocido como un dios en sí mismo. Los textos describen que se preparaba —solo por sacerdotes hinduistas— extrayendo la savia de los tallos de cierta planta montañosa (posiblemente oriunda del Hindu Kush, la prolongación del Himalaya), no del todo clara (se barajan cannabis, efedra, opio, *Peganum harmala* e, incluso, algún hongo psicodélico como *Psilocybe* o *Amarita muscaria*, todas ellas con propiedades psicoactivas), que después se mezclaría con leche y miel. Y aunque sigue siendo un auténtico misterio, tuvo un lugar privilegiado en las ceremonias mágico-religiosas de los primeros pueblos arios del valle del Indo. Los brahmanes lo bebían durante los sacrificios en honor a Agni (dios del fuego) y, especialmente, a Chandra (dios de la luna).

Después de la era védica, prosperó la Gupta (siglos III-VI), un periodo de máximo esplendor, de desarrollo artístico y comercial, y de gran dedicación a los compuestos aromáticos. Se empezó a dar forma al verdadero sentido que tendrá en adelante el perfume en India, que no es otra que satisfacer el *Trivarga*; o, de otro modo, complacer a los dioses, apaciguar a los reyes y despertar a los amantes. Y la perfumería se convirtió en el terreno fértil que proporcionaba esos frutos y tamizaba las desgracias. Aquí es donde aparecen los grandes textos que muestran un gran interés por el perfume, el más emblemático: *Brihat-Samhita*, la gran enciclopedia sánscrita compilada por Varāha Mihira, el astrónomo, matemático y astrólogo hinduista que dedicó, de los 108 capítulos de su prolija compilación, uno exclusivamente a la preparación de perfumes *gandhayukti*. Aunque el capítulo brinda detalles sobre las materias primas, no proporciona el proceso de preparación y purificación de la materia aromática, pero sí introduce un elemento curioso y esotérico para crear fórmulas: *gandharnava*, ‘océano de perfumes’, donde el ingenio del matemático demostró que, a partir de 16 ingredientes, combinándolos propiciamente, se podría llegar a más de 43.000 perfumes compuestos potenciales, un suculento discurso con un gran valor comercial. Una fórmula compleja de ensamble matemático mediante la cual, a través de un cuadrado mágico pandiagonal, una matriz de 4x4 con un total de 16 ingredientes, eligiendo 4 de ellos a lo largo de cualquier fila, columna o diagonal y permutándolos de diversas formas a voluntad y en una, dos, tres o cuatro partes, proporcionaban 1.820 composiciones diferentes.

Se consideró que los perfumes así formulados, que recibieron el nombre de *sarvatobhadra chakra* [100], serían completamente auspiciosos y estéticamente agradables. Como, por ejemplo, *Smaroddeepana*, ‘el encendedor de la pasión’, que se prepara a partir de cantidades iguales de

patra (*Laura cassia*), jugo de Turuska o clavelón de India (*Tagetes erecta*), vaala (*Aporosa lindleyana*) y tagar (*Valeriana wallichii*). Lo mismo combinado con vyamaka y fumigado con katuka (asafétida), que produce un perfume llamado aroma Bakula. Lo mismo con raíz de costus se denomina aroma de loto, y con *chandan* (sándalo), aroma de champaca. Con nuez moscada, corteza de casia y cilantro, recibe el nombre de aroma de jazmín. También reseñó los ingredientes más comunes para la elaboración de perfumes en la antigua India: sándalo (*Santalum album*), jatiphala o nuez moscada (*Myristica fragrans*), cilantro (*Coriander sativum*), shatapushpa o semillas de anís (*Pimpinella anisum*), kunduruka u olíbano (*Boswellia serrata*), priyangu o mostaza india (*Aglaiya roxburghiana*), bulbos de Musta (*Cyperus scariosus* o Nagharmota), nardo jatamansi (*Nardostachys jatamansi*) o haritaki o nuez de mirobálano índico (*Terminalia chebula*). Con ello se demostró que la mezcla de aromáticos fue un arte altamente complejo que requería extraordinaria habilidad y muchos conocimientos.

Kala es la encarnación de las 64 bellas artes que todo indio culto debía dominar. La número 19 se centró en *sugandha-yukti*, "el arte de aplicar aromáticos", parte esencial de la educación ideal de la élite. Se piensa que los ejercicios matemáticos de Varāhamihira, podrían haber constituido una fuente de deleite intelectual para el conocedor educado del perfume —el que dominaba la *kala sugandha-yukti*—. De un modo similar a como ocurrió en la China imperial (con su reflejo en el Japón dinástico) con los "juegos del incienso", el perfume en India llegó a tal nivel de erudición que se convirtió en el regocijo de las clases altas. Los textos de perfumería contenían sofisticados acertijos verbales que parecían diseñados para entretener e impresionar a los cultivados fabricantes y usuarios de perfumes. Resolver esos acertijos enigmáticos y juegos de palabras complejos, de naturaleza erótica, política o religiosa, formó parte del arte del perfume para la persona cultivada, como elemento esencial de la vida elegante del "hombre de ciudad" (McHugh, 2012). En *Kamasutra* [101] se dice que el hombre de ciudad debe usar ungüentos o pasta perfumada (*anulepanum*), guirnaldas florales (*malyam*), tener un estuche para perfumes (*sangandhikaputika*), trozos de cáscara de cidra y envolturas de hojas de betel. Por la mañana deberá utilizar ungüento, incienso y guirnaldas; por la noche, debe incensar su dormitorio con fórmulas fragantes. Aunque uno no sabe bien si dar demasiado crédito a consejos de semejante calibre: "Cualquier objeto que toque una mano que se haya cubierto con el excremento de un pavo real que haya comido arsénico amarillo y arsénico rojo, se volverá invisible" (Doniger y Kakar, 2005).

Qué podemos decir de una época dominada por supersticiones y creencias esotéricas en la que, al parecer, el arsénico amarillo y el arsénico rojo estaban

al alcance de la mano (nunca mejor dicho) y, por alguna razón, la humanidad ansiaba alcanzar el estado de invisibilidad… Incisos aparte, ciñéndonos a la obra erótica más importante escrita en sánscrito, su creador, Vatsiaiana, tuvo claro que el protocolo amatorio debía ser documentado, y dijo: "Puesto que tanto el hombre como la mujer dependen el uno del otro para llevar a cabo la relación sexual, es necesario que haya un método, y ese método se aprende en el *Kamasutra*". Una conclusión influida por la constatación de que los otros dos objetivos de toda vida humana, es decir, la religión (*dharma*) o el poder (*artha*), ya estaban debidamente protocolizados. Por esta razón, para obtener éxito en *kama* (placer), se debían dar las instrucciones necesarias. "Un hombre inteligente y conocedor que cuide tanto *dharma* como *artha* y *kama*, que no se vuelva esclavo de sus pasiones, obtendrá el éxito en todo lo que quiera hacer". Vatsiaiana, a lo largo de toda su obra, ofrece algunos consejos "aromáticos" para obtener el éxito amoroso si hubiera dificultades. Varios ejemplos se pueden encontrar en el libro séptimo, dedicado al "erotismo esotérico", donde ofrece recursos como los siguientes: Se puede conseguir el éxito amoroso con una crema ocular hecha con un aceite a base de jobo [ciruela de India], flor de malva del prado, la flor amarilla del algodón sedoso, amaranta roja y hojas de loto azul; o guirnaldas hechas con los mismos elementos. Igualmente, será afortunado en el amor si ingiere el polvo hecho con los filamentos secos de lotos blancos, lotos azules, castaño de indias rosa, mezclados con miel y con mantequilla clarificada. O mantener en la mano derecha el ojo de un pavo real [102] dorado o el de una hiena, también proporciona éxito en el amor.

Un creador de fragancias debía estar versado en famacopea y conocer a fondo las cualidades de cada especie, siguiendo los principios de la tradición medicinal ayurvédica. Para ello, debía estar familiarizado con los "nueve rasas o sabores clave" para vivir una vida plena. Por extensión, una creación artística, como un perfume, tenía un valor duradero si estaba impregnada de estos nueve rasas, para expresar la máxima emoción (bhavās) que subyace de la creación. El sabor dulce (*madura, madhu*, 'miel'), o rasa que corresponde al sentimiento o estado de ánimo erótico (*srngara rasa*) parece ser el más valorado en las creaciones artísticas de carácter afrodisiaco. Sintomático del "predominio del agua en el cuerpo", el sabor dulce, en la teoría medicinal ayurvédica, "aumenta la sangre, la carne, la grasa, la médula, el semen y la vida" (Akbar Husain, 2017). En síntesis, *madhu rasa* fue sinónimo de placer, especialmente placer sensual. Es como si de la India entera subyaciese esa propensión al erotismo, teniendo en cuenta el arsenal de flores melosas del que hace gala: magnolia champaca, davana, jazmín, flores de ashoka, kamini y henna, plumeria, gardenia o guisante de olor. No solo el sabor y el aroma, el

color y las cualidades cálidas o refrescantes de cada especie fueron clave a la hora de componer fragancias.

El buen perfumista debía controlar la materia, así como la constitución humana (*pakriti*) basada en los *doshas* y estos a su vez en los elementos (tierra, aire, agua, fuego), relacionados con la teoría de los humores (bilis negra, bilis amarilla, flema y sangre), íntimamente vinculados a los elementos y las cualidades caliente, frío, húmedo y seco. En este sentido, la madera de agar se consideró negra y caliente, igual que el almizcle; el alcanfor, blanco y frío, como la nieve; el azafrán es rojo y calienta (a ningún indio se le ocurriría aplicarse una fragancia con azafrán en un cálido día de verano); y la dulzura del vetiver, refresca y apacigua. Esta complejidad ayurvédica debía ser comprendida y dominada por todo aquel que quisiera adentrarse en el arte de elaborar perfumes, solo así podría elaborar la composición perfecta, adecuada a cada estación y cada individuo, como si se ciñese un guante perfumado.

A estas premisas básicas había que sumarle el carácter de cada raíz, resina o flor. Es decir, a la hora de componer perfumes, en India no se seguían las clásicas reglas de la composición occidental (notas de base, corazón y salida), sino que debían cumplir tres reglas ineludibles: los ingredientes se debían dividir en "aliados", "neutros" y "enemigos", basándose en las propiedades de cada especie. Una idea recogida en el otro gran texto sobre perfumería del siglo XII, *Gandhasara*, donde se explica: "Los sabios deben mezclarlos en el momento adecuado según el consejo de los textos. El material aliado debe agregarse en la misma cantidad; el neutral, la mitad de eso; y el material enemigo, una cuarta parte". Esto garantiza la buena composición y, sobre todo, que el resultado fuera armonioso, lo que indicaba signo de buen gusto. La armonía fue otro elemento principal en la mixtura de aromas, ya fuese entre las pastas perfumadas con las que se ungían los cuerpos y las guirnaldas florales con las que se adornaban; bien entre el incienso nocturno y las aguas perfumadas con las que se bañaban. Oler lo discordante podía provocar dolencias, como dolor de cabeza. En términos de aroma, todo estuvo muy protocolizado. Hubo una íntima conexión entre el olor y la emoción, el placer y la apreciación de la belleza. Más que un medio para invocar la presencia divina o trascender las realidades terrenales, la fragancia fue un fin en sí misma, una vía para despertar los sentidos a la beldad y, tal vez, para permitir vislumbrar los placeres paradisíacos que aguardaban a los justos (Akbar Husain, 2017).

En cuanto a formatos, no hubo uno solo. Se utilizaban por igual, hombres y mujeres, a lo largo del día y en diferentes partes del cuerpo, como los *udvartanas*, una especie de polvo de plantas micronizadas que se debían frotar en el área afectada según los designios del ayurveda. Desde palillos

perfumados para los dientes, por ejemplo, de rosa y jazmín (una costumbre que siglos después hizo suya Catalina de Médici para culminar sus fastuosos banquetes), gárgaras aromáticas, pastas exfoliantes, baños fragantes y polvos con olor para rociar las ropas, inciensos (*dhupas*) o guirnaldas de temporada. Las guirnaldas se consideraron un "deleite" de perfume visual, bien alrededor de la cabeza, bien bordeando el cuello, se consideró un arte, tanto su ornamentación como la combinación de especies para lograr la mejor mezcla aromática: champaca y jazmín; jazmín y lotos; lotos y rosas; o rosas y caléndulas. Esta artesanía floral debía armonizar tanto cromática como olfativamente con el resto de elementos del adorno personal.

Vilepana fue una pasta perfumada (tipo ungüento) que se aplicaba en el cuerpo y se dejaba actuar hasta que la piel hubiese absorbido todo su aroma. Su función principal fue desodorizar, eliminar el mal olor y el sudor, pero también regular la temperatura del cuerpo en cada estación, por la cualidad fría o caliente de sus ingredientes (el refrescante sándalo para atemperarse en verano, el templado almizcle para aclimatarse en invierno o la rosa todo el año por considerarse templada). El barro *yaksa* o *yaksakardama* fue otra gran aportación, "la quintaesencia de los ungüentos, amada por todos los dioses y por los humanos más voluptuosos", elaborado con azafrán, madera de agar, alcanfor, almizcle y sándalo. Se utilizó como pasta perfumada para el cuerpo, pero también se consideró receta sagrada, destinada a ungir los cuerpos de las deidades.

Una de las aportaciones fragantes más "curiosas" —el perfume bebible— la introdujo *Sarangadhara Samhita*, considerado el epítome de los textos védicos medievales, centrado en la farmacopea ayurvédica, las propiedades de las drogas, los métodos de diagnóstico, así como algunas referencias sobre los aromas. De este modo se expresa: "Si se bebe con frecuencia un elixir con ingredientes aromáticos, por ejemplo, sándalo, cardamomo y vetiver, el cuerpo terminaría asumiendo la fragancia de la sustancia consumida, exhalando su perfume por cada poro de la piel". Como si se cubriera con un manto fragante. Una práctica que también se estiló en la China clásica con sus píldoras desodorantes que aseguraban, después de un mes de tratamiento, que la fragancia sería tan intensa que trascendería los ropajes.

Entre las ocho sustancias védicas consideradas "mágicas", el sándalo (*Santalum album*) [103] o *chandan* es la columna vertebral de la espiritualidad y la esencia de India. India, en sí misma, huele a sándalo. La magia del sándalo es otro de esos extraordinarios fenómenos de la naturaleza. Las raíces de este árbol hemiparasitario se nutren de las raigambres de las especies vecinas mediante un haustorio, el extremo de las hifas de un hongo, que extrae los nutrientes del huésped sin dañarlo. La variedad *album*, procedente de India, se

considera el “sándalo auténtico”, con unos ricos matices olfativos que no se encuentran en otras variedades, extremadamente valorado desde el albor de los tiempos por sus cualidades medicinales y místicas. Cuando Mahatma Gandhi fue cremado en 1948 en aquella colosal pira fragante ubicada en el Raj Ghat, repleta del sándalo de mejor calidad, la “fiebre del oro” por atesorar tan regio aromático ya se había diseminado por buena parte de Oriente y Occidente. No sabemos si fue sándalo *Laoshan Tan* (‘antiguo sándalo de montaña’) [104], llamado así por las antiguas culturas chinas al sándalo silvestre centenario procedente de las zonas montañosas y escarpadas de India, pero sí podemos alcanzar a entender la magnitud del simbolismo teniendo en cuenta que, en la China imperial, solo se cremaba con el aromático sándalo de la mejor calidad a la alta realeza. Cuentan los que narraron el suceso que primero se vertió sobre la pira un ungüento, una mezcla de mantequilla líquida [105] e incienso [106]. Entonces, el que ofició el rito hindú miró hacia el sol y comenzó a recitar los antiguos versos vedas en sánscrito, para asegurar su reencarnación. Aunque ya los antiguos egipcios importaban sándalo para usarlo en medicina imperial, embalsamientos e inciensos para culto a sus dioses, su uso más profuso se sitúa en el siglo III con la dinastía Han, cuando el budismo lo introdujo en China, convirtiéndose en uno de los aromáticos más reputados para budistas, taoístas y miembros de la realeza. Creían que la combustión de su fragancia conducía las almas de los difuntos directas al cielo, que promovía la mente pacífica, prevenía el mal y prolongaba la vida. No en vano, en la India temprana el *chandan* fue usado como *rasayana* [107] o rejuvenecedor. Incluso aseguraban que quemar sándalo es como “pulir el espejo del corazón y la vida de pronto se vuelve brillante” (Cheng, 2022). Por esta razón, siempre estuvo ligado a lo sagrado.

En los registros del antiguo *Vamaná Purana* [108] se sugería quemar sándalo para adorar al dios Shiva, y el rey de Mysore [109], Tipu Sultan, lo declaró “árbol real” en 1792. Hubo un tiempo en el que el humano vivía en simbiosis con el sándalo. Se obtenían de la naturaleza las cantidades necesarias para beneficiarse de sus elevados dones, presente de los dioses al hombre. Pero la codicia truncó la historia. Su uso abusivo, especialmente por las dinastías chinas, incrementó su comercio, revelando la cara más rutilante y ruin de la sagrada especie: el lucro. Occidente despierta y la evolución de las rutas comerciales de tierra a mar en el siglo XV fomentó el trasiego de mercancías. Hasta el punto de que, a finales del XVI, el sándalo se convirtió en una de las mercancías más importantes del comercio internacional. Las variedades indias se disputaban el prestigio con las chinas, australianas o hawaianas —las más populares en el siglo XIX—, hasta que se quedaron sin existencias. El Pacífico agotado, India y su exquisito sándalo *mysore* controlados por los

británicos y el gobierno de la Compañía de las Indias Orientales; portugueses, Países Bajos y Estados Unidos comenzaron a competir entre sí por tan onerosa transacción, hasta que la codicia rompió el saco. El abusivo y masivo comercio de sándalo provocó una desenfrenada deforestación a nivel mundial y casi la extinción de la especie. En el siglo XXI, el sándalo indio se encorsetó con estrictas políticas de protección nacional, restricciones a la exportación y un elevado precio que disuade de su adquisición masiva, razón por la cual, a pesar de ser uno de los ingredientes ubicuos y más preciados de la perfumería actual, es realmente complicado conseguir las especies silvestres que se utilizaron antaño.

La última etapa de mayor esplendor en el arte del perfume indio la sellaron los regentes de la dinastía Mughal. Rajás y maharajás representaron la epopeya de un mundo bellamente perfumado, donde la primorosa herencia persa dictó normas de comportamiento propias de los hombres de élite, y el arte de la perfumería ocupó un lugar primordial. El Imperio mogol islamista (siglos XVI-XIX) llevó a India toda su artillería fragante y la rica herencia de Oriente Medio, y la paleta aromática comenzó a virar. Su gusto animal se hizo notar, se introdujo el ámbar gris, una clara aportación musulmana, el almizcle se utilizó con profusión, así como otras materias, como resinas, el olíbano *lobana* o *luban*, y flores como la rosa damascena. El término *javadi* introdujo a la vez el ingrediente en sí mismo —civeta o algalia—, así como una composición aromática a base de ese ingrediente, lo que hizo las fórmulas un poco confusas y desconcertantes a la hora de traducirlas. El compuesto *javadi,* al estilo indo-persa, a diferencia del ingrediente *javadi* natural fresco, sin tratar, que olía "a rayos", se convirtió en una composición del agrado de la época. Entre otros ingredientes, contenía ámbar gris, olíbano, sándalo y clavo. Se decía que "a partir de ocho materias primas, *javadi* es excelente".

La opulencia de los maharajás hizo traer insumos de todo el mundo (a pesar de que en India se tendía más a utilizar especies locales), lo que no es de extrañar, teniendo en cuenta su inabarcable portfolio. Con los mogoles, llegó a India todo el *glamour* y la sofisticación además del gusto refinado y esa obstinada obsesión por lo exótico y los aromáticos. Babur (Zahir-ud-din Mohammad Babur, siglo XV), el primer gobernante, celebró el vínculo entre fragancia y sofisticación espiritual y sensual, un sentir que se filtró en las estancias ricamente perfumadas de todo el imperio. A él se le atribuye la introducción de la rosa damascena en India, una de las especies que más "aflorará" en las fórmulas de la época, recalcando así el intenso "idilio olfativo" que siempre han tenido los musulmanes por la bella flor. A Akbar "el Grande" (Abu'l-Fath Jalal-ud-din Muhammad Akbar, siglos XVI-XVII) se le atribuye la creación de un multisensorial recinto dedicado en exclusiva a las

fragancias, para dar servicio a su descomunal harén.

En un mundo patriarcal, donde la poligamia no solo estaba admitida, sino que fue aplaudida, el exotismo del harén y su sensual iconografía comenzó a cobrar vida. El término, derivado del árabe 'lugar prohibido', se originó en Oriente Próximo y trascendió en la expresión "lugar sagrado e inviolable para mujeres", donde las esposas, parientes femeninas de las esposas, concubinas, damas de honor, doncellas, sirvientes y guardias vivían en completa armonía con la condición de que no saliesen de su fastuosa "jaula". Las fragancias debían satisfacer las numerosas necesidades que surgían en el complejo, del ocio al culto. Un mundo ricamente ornamentado de *sherezades* y *aladinos* [110], en el que las atmósferas olfativas estuvieron cuidadosamente calculadas. Aromas evocados a través de pétalos esparcidos por los suelos, paredes impregnadas de pastas fragantes, portaperfumes, aspersores de agua de rosas, quemadores de incienso y aguamaniles repletos de maceraciones florales, que tan bien quedaron plasmados en el arte ragamala o rajastaní.

Los aromas no solo fueron un adorno estético, también curas medicinales y armonizadores de los humores, según los tratados médicos índicos y perso-árabes. Según McHugh (2012), el perfume se consideró un ornato tanto interno como externo, algo que se aplicaba por fuera pero que afectaba al usuario y quienes lo rodeaban de manera interna, mental y fisiológica. Y aquí el *attar* tuvo el papel protagonista. Del persa *itr* o *itir* que significa 'aroma', se convirtió en la formulación "héroe" de la India mogol. No porque se crease en este periodo, hay vestigios de su elaboración en las antiguas civilizaciones del valle del Indo y la era Gupta, pero sí fue la época de su mayor patrocinio y expansión, gracias, sobre todo, a Jahangir (Nuruddin Salim Jahangir, siglo XVII), el cuarto emperador mogol, gran mecenas de las artes, que hizo de Kannauj (Uttar Pradesh) la ciudad regia de las fragancias. Aunque, al parecer, según la leyenda, fue su esposa, Noor Jahan (Nur Jehan o Nur Yahan), la real benefactora de estas exquisitas composiciones, por su adicción a los baños con aguas fragantes de pétalos de rosa (también decían que otras de sus "adicciones" fueron el vino fragante y el opio, pero eso es harina de otro costal). Según dijeron también, así surgió uno de los *attar* más exquisitos de India: Gulab Attar, una mixtura de rosa damascena en una base de aceite de sándalo, que auún hoy se sigue utilizando incluso como ingrediente individual en muchas fórmulas de perfume. Hay tres cosas que caracterizan al *attar* y lo hacen realmente único: es un perfume en aceite que prescinde del alcohol, considerado por los musulmanes como *naji* ('impuro') que destruye *taharat* ('pureza ritual'); su proceso de hidrodestilación, que utiliza como base aceite puro de sándalo; y el proceso de hidrodestilación en sí, denominado *deg bhapka*, un rudimentario equipo de extracción que requiere tiempo y mucha

habilidad. La característica clave de las composiciones creadas con este método es que su *sillage* mejora con el paso del tiempo, adquiriendo unas dimensiones olfativas únicas.

Se consideró al *attar* el combustible del alma que estimulaba la energía del cuerpo. En el folclore islámico adquirió mucha importancia, pues se pensaba que atraía a los ángeles y repelía los espíritus malignos. Los místicos sufís y los aspirantes a prácticas espirituales se ungían el cuerpo con estos óleos para alcanzar la iluminación (De Souza, Bone y Watson, 2016). Se pensaba que el *attar* puro tenía la fuerza de hacernos atractivos, mejoraba el estado de ánimo y conseguía aplacar emociones turbulentas, fomentando la paz y la calma mental. Hay *attar* con múltiples propiedades, se consideró el "perfume medicina" por excelencia. Incluso con poder como para despertar el tercer ojo (*Ajna chakra*), situado en el entrecejo, como Shamama Attar, una de las recetas más exquisitas, complejas y secretas de todo el repertorio atárico indio.

Dicen que Shamama es el auténtico olor de India, de sus callejuelas y templos, de sus predios y bazares, de sus cielos velados y sus ambientes curtidos por el monzón. Elaborado con más de 50 ingredientes, con buena parte de los aromáticos indios entre flores, especias, maderas, sustancias animales, semillas o musgos, su receta precisa es un auténtico misterio. Cada familia perfumista tenía la suya propia que se mantenía hermética y pasaba de generación en generación, por esa razón no hay dos Shamama idénticos.

Su proceso de elaboración era largo y muy complejo, dividido en varias fases y más de 45 días de preparación, más el añadido de la maduración; solo así se podía lograr un Shamama fino y selecto. Después de destilar los aromáticos en la base de puro aceite de sándalo, el tercer paso consistía en incorporar *choya* [111] que, en el caso de Shamama, era de tres tipos. El primero, *choya nakh* [112], que captura el aroma intenso de las conchas marinas y unos matices oceánicos, salinos y minerales. Pero, antes de agregarlo, había que depurarlo y tratarlo para eliminar su matiz incisivo. Se tostaba y ahumaba, y después se maceraba en aceite de sándalo, esto daba como resultado un aroma enigmático y muy complejo. El segundo, *choya loban*, destilando la resina de Boswellia, el olíbano. Y el tercero, *choya ral*, extrayendo la resina pura del llamado "árbol de la sal", *Shorea robusta*, venerada en el culto tibetano y nepalí por sus cualidades purificantes y "exorcistas". En la cuarta fase se destilaba una mixtura de especias (posiblemente cardamomo, nuez moscada y su cobertura —el fragante macis—, clavo y semillas de ambrette, el almizcle vegetal). Después, se redondeaba con "predestilados" de rosa, jazmín, kewra, flor de champaca o azafrán; y, por último, se incorporaban elementos aromáticos adicionales, como hidrosoles o tinturas de ámbar gris y agar (Suri,

2023). Cuando la receta estaba completa, se decantaba con cuidado y se almacenaba en recipientes de piel de camello —el último paso del *deg bhapka* o hidrodestilación del *attar*—, para que la posible humedad de los ingredientes frescos, repletos de agua, se escapase por sus poros evitando la contaminación o putrefacción de la mezcla.

Shamama tiene matices húmedos, ahumados, coriáceos, dulzones y animálicos. Tiene trazas de vetiver, nagarmotha y flores de henna. De nardo y Gulab Attar. Su corazón es rico y ambarado, con facetas animales que replican el aroma del almizcle puro y el agar indio. Su base es musgosa, amaderada, terrosa, como la fragancia de las hojas de té, posiblemente por la flor de henna, que aporta una tonalidad tánica seca, algo arcillosa y ligeramente duce. No hay suficientes adjetivos para catalogar la sensación que uno tiene en contacto con este aroma. Qué le vamos a hacer, el perfume es huidizo y no se deja encorsetar por definiciones ni conceptos prestablecidos. Es libre y presa al mismo tiempo, presto a ser capturado por detalles que nunca serán capaces de expresar todo lo que puede manifestar.

Aparte de Shamama, hay otros exquisitos y míticos *attar*, como *mitti*, el aroma del monzón, el olor de la lluvia instantes antes de acariciar la fina arena para convertirla en lodo. Un proceso que libera petricor (la molécula odorífera que se produce al caer la lluvia en los suelos secos, el clásico olor a "tierra mojada"), y geosmina (una sustancia química producida por la bacteria *Streptomyces coelicolor* y algunas cianobacterias que se hallan en el suelo y despiertan cuando la tierra se humedece). Mitti Attar se elabora destilando la tierra, sin más. Se recoge la capa superior del suelo, se cuece en un horno de barro sellado con tierra y luego se hidrodestila.

Hoy esta elaboración ancestral sigue existiendo, con su método tradicional *deg bhapka*, centrado en Kannauj, "la Grasse india", solo que las cosas han cambiado. El sándalo auténtico está en extinción y protegido por el gobierno, por lo que los precios para su adquisición son desorbitados. Las versiones modernas sustituyen el sacrosanto sándalo *mysore* por bases de glicerina, pero el resultado, aunque olfativamente aceptado, nunca alcanzará el estatus sagrado y medicinal que ostentó en la Antigüedad.

El Imperio mogol se vino al traste cuando los británicos colonizaron India en 1858, atraídos por el exquisito aroma de las especias y el exótico resplandor de una cultura ricamente ornamentada. Pero nos quedó su perfume. India fue capaz de inmortalizar las especies olfativas, capturando su aroma y haciéndolo eterno, despojándolas de su efímera existencia para trascender en el tiempo como vestigio de una decadencia imperial, rica en matices aromáticos. Nos quedan sus rítmicos mantras, invocaciones divinas, sus vistosas *poojas*, con guirnaldas florales y pastas perfumadas. La caótica India

siempre tendrá algo que aportar, que para eso tuvo un pasado plagado de gloria, armonizado con los *ainados* acordes del bansuri y el sitar.

Capítulo 4

Los mil y un perfumes

Una tiene la sensación de que el perfume en el medievo tuvo que diseminarse a hurtadillas, agazapado, evadiendo la férrea censura moralista de una Iglesia católica con un poder cada vez más indestructible. El yugo del cristianismo pesaba sobre sus moléculas odoríferas con sus ideas punitivas: ¡ese invento del demonio que solo conduce a la concupiscencia! Sin embargo, en la tediosa y grisácea Edad Media, el perfume y sus insumos tuvieron grandes momentos de fulgor, impulsados por la rica cultura islámica y el descubrimiento de nueva materia aromática que amplió, hasta el momento sin precedentes, la primitiva paleta olfativa.

Pero pongámonos en contexto. En el siglo V, cuando el Imperio romano de Occidente empieza a ver caer sus regios muros que tan sólidos fueron antaño, y su excelso poder fue gravitando hacia tierras orientales con el Imperio bizantino y su gran Constantinopla —la segunda Roma—, el centro comercial del mundo. El cristianismo sigiloso prospera marcando profundamente con su doctrina los valores y pensamientos de una Europa sumida a sus dictados. Porque la Edad Media fue un concepto puramente europeo. Y es a partir de aquí cuando, en materia olfativa, las cortes reales del viejo mundo tendrán mucho que contar.

Pero por un resquicio de la catolicidad se fue filtrando una fuerza que haría tambalear los pilares de su magna Iglesia: el islamismo, que fue a la Edad Media como Roma a la Antigüedad, que después perpetuó con el gran Imperio otomano. Bien instalado en la península ibérica con la conquista de los omeyas en el siglo VIII hasta la expulsión de los moriscos en el XVII, el islam dejó una huella fragante en los contornos de al-Ándalus, que la impregnó no solo con su cultura, arte, sabiduría y avances en medicina y alquimia (el precedente de la química), sino con sus elevados conocimientos sobre la elaboración de sustancias fragantes, llegando a un algo grado de finura. Fue la edad de oro del islam, en la que el filósofo y médico persa Avicena (y astrónomo, científico, polímata…) marcó un punto de inflexión en la historia del perfume, mejorando el sistema de destilación incorporando la

práctica de enfriar el tubo de salida del alambique.

Los árabes empezaron entonces a mezclar hierbas y flores con alcohol o agua, y a destilar las mezclas para producir un perfume líquido, sustituyendo así al aceite como base esencial hasta el momento. Cuando se usaba agua, las esencias formaban una capa fina en la parte superior de la mezcla y podían separarse por decantación. De este modo, se producía el agua de rosas a partir de los pétalos de las rosas. Este es el inicio de la destilación por arrastre con vapor. Los descubrimientos árabes produjeron un gran impacto en la Europa medieval y, sobre todo, las aportaciones de la alquimia causaron furor en todos los reinos europeos.

Con las cruzadas (siglos XI-XIII) se pretendió recuperar para la cristiandad la Tierra Santa (Oriente Próximo), la cual se encontraba bajo el dominio del islam desde el siglo VII. Unas batallas emprendidas para liberar los lugares sacrosantos —es decir, las regiones por donde pasó y vivió Jesús — de la dominación musulmana con gran fervor religioso, pero también con muchos intereses comerciales. Pero esas incursiones militares trajeron consigo un buen arsenal de riquezas de Asia, entre especias, sedas y perfumes.

El mercader veneciano Marco Polo emprendió su propia gesta llegando hasta las extensiones más lejanas de Asia, unas hazañas que plasmó en *Il Milione*, *El libro de las maravillas* o *Los viajes de Marco Polo*, gracias al cual la Europa medieval pudo conocer a fondo cómo eran aquellas tierras y sus gentes. Gracias al mercader, la República de Venecia se hizo con el mando de las rutas comerciales que desde Constantinopla y Alejandría llegarían al resto del Mediterráneo, obteniendo grandes (pero muy grandes) beneficios para Venecia, que se convirtió en la capital del perfume por un tiempo.

Entre todo este alboroto político, religioso y cultural, la España de Colón alcanza las costas de un nuevo mundo abriendo las puertas a un sinfín de posibilidades y a la modernidad, dejando atrás el *impasse* medieval. Nuevos ingredientes dan la bienvenida con sus ricos aromas, casi tan exquisitos y exóticos como los que hasta el momento había ofrecido la vieja Asia. Cacao, tabaco, bálsamo de Tolú y de Perú, pimienta de Jamaica, vainilla o copal; con tan solo mencionarlos, se excitan las papilas del gusto. Entre tanto, otro acontecimiento marcó la cronología de la época: la caída de Constantinopla en manos de los turcos otomanos, que se hicieron con el control de todo Oriente Medio y las rutas comerciales hacia el lejano Oriente, un expansionismo de primer orden que puso en jaque a los europeos que, si querían seguir comerciando, debían cruzar sus territorios, una empresa un tanto onerosa y muy beneficiosa para los turcos.

En este contexto, surgen las expediciones españolas buscando rutas alternativas para llegar a Asia, evadiendo el Mediterráneo y probando suerte

por el Atlántico. El explorador portugués Vasco de Gama consiguió llegar vía directa a Asia por mar bordeando el cabo de Buena Esperanza (extremo sur de África), llegando a un acuerdo con Calcuta que se centró en el comercio de nuez moscada, clavo, canela y jengibre. De oriente a poniente, todo el mundo estaba patas arriba. Fue la época de mercaderes y conquistadores, cuyas aventuras tuvieron un gran impacto en el perfume y su empresa, que cada vez se vio más enriquecida.

Casi no alcanza la mente a entender todo el jolgorio militar, político y comercial que las gentes de esta época se traían entre manos. Lo único que subyace de tanto periplo es una sólida obsesión: el control de las rutas comerciales, cada vez más sustanciosas y lucrativas y todos querían "pillar cacho". Quien domine las rutas dominará el mundo. Una máxima que dudo dijese alguien, al menos no he encontrado la fuente, pero define muy bien la síntesis de lo que pudo ser aquella época. La suculenta Ruta de la Seda no fue la única que puso en liza a medio planeta obstinado por su control, comenzando por la ruta del incienso, de Egipto a India a través de Arabia; la ruta del almizcle, entre el Tíbet y el mundo islámico; o la ruta de las especias, desde el Mediterráneo, pasando por el mar Rojo, las costas de Índico y Pacífico, hasta llegar a China, el tejemaneje entre Asia y Occidente siempre fue constante.

Mientras tanto, la creencia en el poder curativo de las plantas, tan extendida en la Antigüedad, quedó relegada al reducto de los monasterios, donde los frailes hicieron uso de esos conocimientos desarrollando elixires perfumados que hacían las veces de medicina. Así surgieron grandes fórmulas que persistieron en el tiempo, muchas de sus recetas sirvieron para intentar lidiar con una peste negra que asoló toda Europa en el XIV, marcando el resurgir de los inciensos a base de hierbas aromáticas que se quemaban en calles, iglesias y casas con el fin de librarse de la epidemia, así como liberarse del terrible olor de los cadáveres acinados. Una práctica que las cortes la envolvieron de *glamour* cortesano creando artefactos a medio camino entre medicamentos y joyas. *Pomanders* (o poma de olor) y guantes perfumados se convirtieron en los accesorios de rigor de los ámbitos palaciegos. Pero no adelantemos acontecimientos, la historia continúa así.

Arabia Felix, la tierra de los aromas

Cuentan que Bilqis no fue ni blanca ni negra, sino de "rostro quemado", como expresó el historiador judeorromano Flavio Josefo refiriéndose a los etíopes. No la narran ni bella ni fea, pero sí envuelta de exotismo y un intenso aroma

que irradiaba que dejaba sin aliento. La historia de la reina de Saba siempre estuvo envuelta en misterio, leyenda y mito, no se sabe muy bien quién fue, ni siquiera si existió, ya que no se han encontrado evidencias arqueológicas de ella, tan solo nos podemos aferrar a los pasajes bíblicos que la relacionan con Salomón, el rey de Israel, y la estirpe que con él engendró, según la *Kebra Nagast* (gloria del rey), la epopeya nacional de Etiopía [113]. El reino de Saba se supuso una gran potencia comercial gracias a sus "árboles perfumados", únicos de sus territorios, cargados de resinas, no solo olíbano y mirra, sino el codiciado opobálsamo, bálsamo de Judea o de la Meca [114] o lentisco (*Pistacia lentiscus*). Un reino al sur de Arabia, tan fértil y rico que el geógrafo griego Claudio Ptolomeo lo denominó Arabia Felix [115], conocido por su estratégica situación en la ruta de las especias, a mitad de camino entre los productores (India, Indonesia) y los consumidores (Egipto, Grecia), de ubicación y fronteras no del todo claras, con costumbres fascinantes y misteriosas, al parecer. Lo único que nos queda es la fastuosa visita que la reina hizo a Salomón (Sulayman, para el islam), pertrechada con un inconmensurable cargamento de exóticos, entre piedras preciosas, animales insólitos y ricas resinas, como bien plasmó el pintor inglés Edward Poynter en su majestuosa obra *La visita de la reina de Saba al rey Salomón* (1890).

Hay un elemento muy simbólico en la obra de Poynter: la flor de loto que Bilqis lleva en su mano. Un loto que no solo representa lo más sagrado en la cultura india y el budismo, sino el símbolo del perfume en sí mismo, asociado con Nefertum, el dios de las fragancias egipcio, símbolo sagrado, pero también enteógeno por su consabida acción sobre la psique. ¿Qué nos querría decir Poynter con ese loto? ¿Que en el cargamento del reino de Saba también había especies de acción psicoactiva? ¿O que Bilqis, en realidad, tenía el carácter sagrado de una diosa? Sea como fuere, hay teorías que vinculan a la reina de Saba con Hatshepsut, la reina egipcia que se obsesionó con Punt, como las ideas del ruso Immanuil Velikovski.

La visita de la reina de Saba al rey Salomón, Edward John Poynter (1890).

La reina de Saba, anunció Velikovski, no era otra que Hatshepsut, la "faraona" de Egipto, que construyó un hermoso templo a las afueras de Tebas, en cuyos muros inmortalizó el acontecimiento más importante de su vida: una expedición a la tierra de Punt (Scott, 2012) [116]. Sea como fuere, parece complicado asociar a Hatshepsut, que data del 1500 al 1490 a. C., y el rey Salomón (970-930 a. C.), una brecha temporal de 500 años, pero historiadores como Velikovski propusieron que la línea del tiempo convencional de Egipto y el antiguo Israel estaban desviadas en cinco siglos, colocando el reinado de Hatshepsut contemporáneo al de Salomón, ya que no hay datos concluyentes sobre la enigmática reina de Saba.

Desde aquellas primeras caravanas de camellos que surcaron el desierto con el exquisito *royal hojari*, el mejor olíbano del mundo, según lo califican, oriundo de Omán (*Boswellia sacra*), la mirra de la misteriosa tierra de Punt [117] o el exquisito aceite de Ben, extraído del microbálano de las exóticas planicies de Al-Ula (Medina), unos 700 años antes de la era común, los árabes no solo llegaron a desarrollar un verdadero monopolio en todo el Mediterráneo (Egipto importó cantidades industriales para sus necesidades de culto, donde la mirra tuvo una posición privilegiada), sino en el mundo conocido hasta ese momento.

Ese empeño "a pico y pala" por expandir sus ricas materias a lo largo de los confines conquistados del planeta les hizo desarrollar una pericia comercial que les valió de salvoconducto en los siglos venideros. Las lucrativas rutas comerciales entre Oriente y Occidente fueron evolucionando hasta convertirse en el germen del conflicto, el *leitmotiv* de los enfrentamientos por ostentar tan pingüe poder. Pero, como bien indicó el historiador Peter Frankopan, "para comprender el pasado y el presente, el mejor lugar para pararse no es en Occidente o en Oriente, sino en la región que los une" (Kukso, 2021). Hay que plantar el kilómetro 0 en las tierras persas —el corazón del mundo—, cruce entre este y oeste (Kukso, 2021), centro neurálgico y hervidero de las infinitas sendas trazadas que recorrieron las rutas comerciales. El meollo de los grandes imperios de la Antigüedad y médula espinal de las magnas religiones mundiales que se nutrieron entre sí al tiempo que discreparon en matices. Catalizador de las grandes batallas de la historia, desde las conquistas de Alejandro a las cruzadas.

Según Plinio, "los perfumes deben volver locos a los persas. Se inundan de ellos y recurren a este paliativo para sofocar el mal olor ligado a su suciedad". Parece oportuno hacer hincapié en la percepción de Plinio cuando afirma "se inundan" en perfumes, dando la sensación de que iban empapados,

abrumando a su paso. Y aunque el escritor romano atribuye la creación "del perfume" (en su sentido más amplio y occidentalizado) a los persas, ya sabemos que ungüentos, composiciones aromáticas elaboradas y mezclas complejas están atestiguadas mucho antes de Persia, desde el Egipto faraónico y Babilonia al Oriente semítico. Lo que diferencia a los persas del resto es la idea que tenían de "mezclar" olores existentes, servirse de los dones de la naturaleza y convertirlos en *luxuria*, según Plinio (Blonski, 2007). Y para ello necesitaban las codiciadas especias de Oriente.

La literatura latina asoció el mundo persa con la suntuosidad más abrumadora, un universo donde el lujo y el preciosismo de los materiales utilizados siempre fueron de la mano, tendiendo hacia la máxima complejidad de la mezcla, todo ello en un contexto de exotismo y refinamiento. Hablar de olores antiguos es rememorar con nostalgia una época mítica, India o Arabia que, por sí mismas, ya evocan un mundo bellamente perfumado. Pero nadie es profeta en su tierra (salvo Mahoma). Fueron precisamente el olíbano y la mirra, exclusivas de las tierras arábigas, las materias aromáticas menos mencionadas en las fuentes árabes escritas, pues por tenerlas en demasía no fueron consideras en estima, confirmando así esa tendencia innata al ser humano de valorar lo que no se tiene. Por el contrario, los "otros exóticos", procedentes de países lejanos, como *al-kafur* (alcanfor) que, según el Corán, brota de una de las fuentes del paraíso, fue uno de los exquisitos que monopolizaron las complejas fórmulas de cariz "oriental" [118].

Y detrás de ello no está la pretensión de equiparar a persas con árabes, ni a africanos con árabes o turcos con musulmanes —ni todos los árabes pertenecen al islam, ni los islámicos son todos árabes—, aunque a todos podríamos refugiarlos bajo el paraguas de "orientales", en esa obsesión de la pluma occidental por establecer los márgenes geográficos mentales de lo que en ese momento era la constitución del mundo. Por caprichos del devenir de la historia, se comenzó a moldear una miscelánea entre civilizaciones, culturas y gustos que permeó el enfoque global del aroma de Arabia, influenciado por persas, sasánidas, aqueménidas, partos, nabateos y otras etnias y civilizaciones que tuvieron claro el poder del aroma, desde la adquisición y venta de su materia prima, a la obtención del jugo final. A Arabia le debemos una nueva incursión en el destino del perfume, además de la *Trivarga* hindú: los tres objetivos esenciales del ser humano —poder, culto y cama—, alcanzables por vía aromática, los árabes desarrollaron como ninguna otra civilización el concepto de perfume obsequio, una alhaja aromática para materializar la hospitalidad y cristalizar el "mi casa es tu casa", en clave fragante. Enseñas de la alta perfumería actual, como la lujosa Amouage, surgió de la petición del sultán Qaboos bin Said de Omán, para preservar la

tradición. Y así enfrascó en fastuosos envases forjados en metales preciosos y gemas refulgentes la *omaní rock rose*, una exquisitez de rosa que solo se cultiva en esos parajes montañosos, o el emblemático *royal hojari*, el olíbano más preciado del repertorio arábigo.

Qué mejor forma de recibir y ofrecer que con las mejores galas, derivadas de insumos exquisitos propios y forasteros, lo más caro y privilegiado que se podía ofrecer. La cultura del perfume árabe apela a los sentidos, al arte de vivir, a su búsqueda incansable de la armonía. "Los perfumes son una reconciliación permanente del hombre consigo mismo, con los demás y con la naturaleza", apostilló el sociólogo islamista Abdelwahab Bouhdiba. A los árabes les debemos el cambio de denominación del vetusto agar por el moderno oud, *oudh* o *al-ud* en árabe, literalmente 'trozo delgado de madera', el olor omnipresente de Oriente Medio [119], la representación de la identidad cultural emiratí. Algunos dicen que oud es simplemente 'aceite de madera de agar' aunque, en realidad, el puro aceite de agar es *dehn al-oud* o *dhan-al-Oudh* ('la grasa de la madera'), uno de los perfumes orientales más codiciados por su complejo aroma y extraordinaria longevidad; otros, que se refiere a las astillas de la referida especie que comúnmente se quemaban en su mítico *bakhoor* (*bakhur*, *bukhoor* o *bukhur*), una práctica que podríamos entender como "simple incienso" en la tradición árabe, con su mezcla de especies aromáticas listas para combustionar, o un ritual en sí mismo, donde el protagonista era el oud, con otros aromáticos amalgamados con jarabe de azúcar o melazas que se disponían en la *mabkhara*, una especie de incensario en forma de cáliz de aires poligonales, con paredes rectangulares que se van abriendo hacia arriba y afuera, y con una base cuadrada; una curiosa estética que, incluso, ha servido de inspiración a la arquitectura. Con el *bakhoor* se fumigaba tanto las casas como a los invitados después de haberles rociado agua de rosas, los cabellos o las vestiduras. Lo interesante del *bakhoor* es que el humo perfumado se adhería a los objetos y su aroma iba evolucionando con el tiempo hasta adquirir unos matices complejos y únicos. Al parecer, su objetivo no solo era purificar la atmósfera para desviar impurezas mundanas, sino transformar el estado de ánimo. Refrescaba el ambiente al tiempo que calmaba la mente y la abría a la espiritualidad.

El *mukhallat*, 'mezcla' en árabe, fue otra gran aportación. Una versión más simplista del *attar* indio (perfume líquido altamente concentrado con base de aceite) pero, aun así, objeto de múltiples confusiones. Mientras que el *attar* se distingue por su complejo modo de elaboración (*deg bhapka*), destilando materia fragante en aceite puro de sándalo mediante un proceso largo y repleto de múltiples pasos para obtener un compuesto de excelsa calidad, la clave del *mukhallat* está en la simple "mixtura", que puede ser de ingredientes

simples (nagarmotha o cypriol, almizcle, ámbar o civeta) o de esos ingredientes con algún *attar*, o de "atares" con otros "atares".

Los perfumistas árabes y persas también valoraron los *ruh*, 'espíritu' o 'alma' en árabe, y de ahí surgieron los codiciados Ruh-Khus, espíritu de vetiver, o Ruh-Gulab, el alma de la rosa, el más preciado tanto en la cultura persa y árabe como india y musulmana. El prefijo *ruh* hacía referencia al corazón del aroma, la esencia más pura y concentrada del ingrediente obtenida a través del método de hidrodestilación. Por ello, un *mukhallat* podía estar formado por bases animálicas e intensas, como almizcle y ámbar, con la adición de oud; diferentes *attar*, como Mitti Attar o Shamama; o distintas formas de *ruh*, como *ruh-khus* (vetiver) o *ruh-motia* (jazmín). Rosa y oud fue una de las combinaciones más apreciadas, tanto en la perfumería de antaño como en la actual, sello olfativo inequívoco del *niche* [120]. Como reflejo de esa simbiosis entre Arabia e India está Ajmal, una empresa india especializada en la creación de *attar*, destilación de oud de la más fina calidad para los conocedores más exigentes y formulación de *mukhallats* que producen casi exclusivamente para el mercado de Oriente Medio.

Mukhammariyyah fue una práctica tan compleja como su propio nombre que consistía en "fermentar" las composiciones perfumadas enterrándolas bajo tierra para que envejecieran durante unos 40 días. Eran compuestos muy especiales que se reservaban para ocasiones alegres, como bodas y otras celebraciones, y se aplicaban en zonas muy concretas, como la nuca. La solían realizar las mujeres de la casa, las que realmente tenían la maestría de elaborar fragancias cuyas recetas se iban pasando entre generaciones. Así surgió la emiratí Tola, creada en 2010 por el perfumista Dhaher Bin Dhaher, que se inició en el arte del perfume gracias a su madre. Cada aspecto de la vida árabe puede verse desde el prisma del perfume, desde su respeto al culto con fines espirituales, al bienestar físico y mental y el puro hedonismo, una finura que se demuestra con hábitos como el de sahumar con incienso el interior de las tinajas de barro para eliminar el olor desagradable del agua almacenada, a las que luego añadían jazmín y limón, por ejemplo, para darle un aroma delicado. La perfumería de Oriente Medio, con sus combinaciones audaces de estelas intensas, penetrantes y sensuales, fue (es y será) de tal calado que llegó a inspirar una de las familias olfativas más rentables de la perfumería contemporánea: la oriental, revisitada en la actualidad por voces que se alzaron acusando de "apropiación cultural", derivando en la denominación ambarina para referirse a todas esas fórmulas con notas cálidas y profundas, resinosas, dulzonas, voluptuosas y muy aromáticas, de *sillage* penetrante y longevidad tenaz.

Islam: un paraíso almizclado

> "Los primeros que entren en El Paraíso
> brillarán como la luna llena, y quien los siga,
> relucirán como la mayor estrella brillante en el cielo.
> No orinarán ni aliviarán la naturaleza,
> ni escupirán ni tendrán secreciones nasales.
> Sus peinetas serán de oro y su sudor olerá a almizcle".
>
> Sahih al-Bujari

Para entender el sentido del perfume en el islam, hay que empezar por el profeta Mahoma y su definición de la belleza del edén como paraíso perfumado —Al-Yanna—, donde el jardín tuvo un lugar privilegiado, con sus exuberantes valles y sus fuentes perfumadas con alcanfor y jengibre; con sus frondosos árboles y montañas erigidas de almizcle. Es la providencia de Alá, que colma al mundo de los humanos de los mayores placeres, como sedas, joyas y perfumes, para compensar su mundana existencia. El almizcle fue al islam lo que la madera de agar al resto de Arabia: oro fragante de excelsa valía. Evocaba el olor de la mujer amada, de imágenes paradisíacas y del mismísimo profeta que, según los antiguos textos sobre medicina profética, usaba un perfume a base de almizcle y flor de henna (*al-hinna*). El valor que realmente los musulmanes medievales atribuyeron al almizcle fue su carácter exótico, claramente vinculado a su disponibilidad limitada y por ser importado de tierras lejanas, del mismo modo que ocurrió con el ámbar gris y el alcanfor, los otros dos ingredientes de la "muchachada celestial". Pero a la sagacidad islámica no le valía cualquier almizcle, tenía que ser el tibetano.

Los chinos no gozaban de tan excelente calidad, además, en ocasiones venían adulterados, las aromáticas especies tibetanas o butanesas, por alimentarse de nardo jatamansi, según ya se ha explicado, se convirtieron en el objeto de deseo de unos musulmanes ávidos por obtener aunque solo fuese una pizca de la esencia del profeta. Tal propensión trazó unas sendas de rico comercio entre el Tíbet y el mundo islámico que datan del siglo VIII. Aunque hay referencias en Oriente Medio desde el siglo III, lo que lleva a pensar que fue una anexión a la Ruta de la Seda, pero únicamente centrada entre las culturas tibetana e islámica (Akasoy y Yoeli-Tlalim, 2007).

El todopoderoso almizcle no solo se veneró por sus cualidades como excelente potenciador y fijador de las composiciones perfumadas, sino por su infinidad de virtudes medicinales, bien atestiguadas en tratados médicos tradicionales islámicos y tibetanos, donde aparece casi como una panacea, un remedio universal para todo tipo de dolencias y enfermedades, especialmente los trastornos humorales hipocráticos [121]. Además de su efecto afrodisiaco, se pensó que fortalecía el corazón y era un eficaz antídoto contra el veneno (en

tibetano se lo denomina como el aterrador de serpientes). Fue ingrediente clave de la *theriaká* griega, también mencionada, similar al *soma* hindú. La idea de que las sustancias milagrosas que formaban parte de recetas que salvaban vidas y de "elixires de la larga vida" eran difíciles de conseguir y tenían que ser importadas de lugares exóticos del Lejano Oriente fue una creencia extendida en la antigüedad griega y el mundo islámico medieval. Tanto fue así que se gestó una leyenda que aseguraba que Alejandro Magno viajó a Oriente únicamente en busca de la fuente de la vida inmortal. ¡Ay, el elixir de la eterna juventud! Cuantos se hundieron buceando por tan esquivas aguas…

Volviendo al almizcle, su nombre proviene del antiguo indio *muskah* que significa 'testículo', en sánscrito *kasturi*, y el término anglosajón actual *musk*. Solo el ciervo almizclero macho maduro produce almizcle, que almacena en unas vainas peludas del tamaño de una pelota de golf. Aunque se parece a un testículo, la glándula está ubicada directamente frente al órgano genital y la usa para secretar una feromona cuando está en celo, de ahí su cualidad afrodisiaca, tan prominente en la literatura árabe. Tradicionalmente, las vainas de almizcle se extraían matando al ciervo, lo que lo llevó prácticamente a la extinción y a la despoblación de la especie de su hábitat natural en la cordillera del Himalaya. La venta de almizcle "salvaje" es ilegal [122] y las pocas especies permitidas, básicamente de las variedades china y siberiana [123], tienen un coste desorbitado. En la actualidad, la extracción se realiza del animal vivo mediante una espátula, que se introduce en el saco de almizcle a través del orificio externo, con el debido cuidado y sin ningún tipo de maltrato (Akasoy y Yoeli-Tlalim, 2007).

Los antiguos pensaban que al ciervo almizclero se le caía literalmente el ombligo, que dejaba en las estepas de los bosques, y ese ombligo tenía un rico aroma. Así tradujo Andrés de Laguna (siglo XVI) en *De materia medica* de Dioscórides el asunto relacionado con la excelsa materia: El almizcle, al cual llaman los latinos y algunos griegos modernos *moscho*, se engendra en el ombligo de un animal semejante al corzo, que tiene un solo cuerno en la frente: el cual, cuando anda en celo, se enciende y se torna muy furibundo. Entonces, pues, se le hincha y apostema el ombligo y le da tan inclemente dolor que ni come ni bebe hasta que, siendo ya maduro, se rompe, ayudándole también a ello el mismo animal, con fregarse a los troncos y a las agudas piedras que topa; adonde después con algunos pelillos rojos, que el color del animal muestran, se halla toda la materia esprimida. La cual habiendo sido curada al sol, cobra un olor muy suave y subido […] Es confortativo del corazón, aplicado por de fuera y bebido, clarifica la vista, encubre la sobaquina y el pestilente olor de boca, para lo cual se saben aprovechar bien

dellas cortesanas de Roma.

Me sorprende encontrar múltiples referencias al “rico olor” del almizcle recién recolectado cuando, en realidad, en fresco es casi incompatible con las narices más bravas. Su exquisito aroma solo es fruto de su procesamiento y el paso del tiempo (normalmente se diluye en alcohol y se deja macerar incluso por años, hasta conseguir una tintura de alta calidad), que es cuando adquiere sus emblemáticos matices terrosos, vainílicos, úricos, dulzones y tan complejos.

Otra de las formas de apreciar sus genuinos matices es mediante el formato *attar*, destilado en aceite de sándalo puro, el arte de la perfumería india que consigue capturar sus cualidades más apreciadas. El hecho de pensar que esas vainas eran textualmente el ombligo del ciervo fue quizá lo que le salvó de ser considerado un problema para los eruditos musulmanes ortodoxos, por su origen animal, ya que el ombligo siempre ha tenido connotaciones sagradas por considerarse fuego divino, el asiento del alma, el punto de mayor espiritualidad en la anatomía humana y lugar donde encontrar la armonía o conexión con el cosmos.

Tuvo tal honra que en los tiempos del califato de Harun-Al-Rashid [124], en los albores de la dinastía abasí, los sultanes se hacían con el almizcle no solo como aromático, sino como reserva de valor. Ese almizcle convertido en tesoro gracias a la alquimia del tiempo, añejo y alhajado, se iba pasando de sultán a sultán, como la más valiosa de las herencias. En las fragancias del mercado actual solo podemos encontrar versiones sintéticas de cuestionable calidad, en las que el almizcle, sobre todo la variedad blanca (*white musk*), se percibe como ese “olor a limpio” tan solicitado y apreciado en las sociedades posmodernas, como el aroma de la piel de un bebé (yo diría más bien al PVC de un muñeco). Claramente, a un abismo de distancia del almizcle genuino que solo unas pocas casas de alta perfumería del XIX y primeras décadas del XX pudieron incluir en sus fórmulas.

Otro de esos ignominiosos aromas cuando es fresco, pero que se convierte en una joya olfativa con la alquimia de la naturaleza, es el ámbar gris, el otro animálico más preciado en las culturas antiguas y, especialmente, en la islámica. Esta codiciada materia se forma en el estómago y los intestinos de los cachalotes y se expulsa como parte de una masa fecal. El hecho de que el ámbar gris sea expulsado en las heces de las ballenas ciertamente pinta un cuadro aromático picante. Pero el ámbar gris en bruto se considera el grado más bajo y el menos valioso. El hecho de que sea bastante viscoso, negro y huela a estiércol o a queso mohoso probablemente tenga algo que ver con esto.

Es el mar el que lo refina hasta convertirlo en algo dulce, singularmente

aromático y muy buscado. La naturaleza aceitosa del ámbar gris recién expulsado le permite flotar en el agua. Con el tiempo, la acción de las olas, el agua salada y el sol oxidan el ámbar gris en bruto, convirtiéndose en bolas de arcilla calcárea de color blanco plateado que son dulcemente aromáticas. Generalmente, cuanto mayor es la oxidación, más claro es el color y mayor es el grado de ámbar gris.

Al igual que ocurre con el resto de ingredientes animales, el ámbar gris ayuda a prolongar la vida de los aromáticos, además de realzar y expandir la sinergia. El ámbar gris es raro no solo porque lo produce aproximadamente uno de cada cien cachalotes, sino también debido a la caza de estas ballenas hasta casi su extinción. El cachalote fue declarado especie en peligro de extinción en Estados Unidos en 1970, en virtud de la Ley de Conservación de Especies en Peligro de 1969. Una importante caza internacional continuó hasta la década de los ochenta, diezmando aún más las poblaciones a nivel mundial. Como resultado, en 1985, la Comisión Ballenera Internacional impuso una moratoria a la caza comercial de cachalotes, poniendo fin esencialmente a toda caza de cachalotes. La venta de ámbar gris procedente de la caza comercial de ballenas ahora está prohibida por ley. La única fuente de ámbar gris en la actualidad es la cosecha en la playa, lo que la convierte en una fuente poco común, significativamente costosa y poco confiable para el uso de fragancias comerciales.

El siguiente animálico que completa el triunvirato de los exóticos divinos es la algalia, introducida en Grecia por Alejandro Magno tras la conquista de Oriente y el Imperio persa, según especifican algunas fuentes (Mezan-Muxart, 2015), pero de uso más extensivo y fama notoria a partir del siglo XI, cuando los cruzados la trajeron a Europa, procedente de Oriente. Esta sustancia de consistencia espumosa y mantecosa, y olor tenaz que torna en sensual cuando es tratada, procede de las glándulas perianales (entre el escroto y el prepucio en el macho, y el ano y la vulva en las hembras) de la civeta [125] o gato de algalia, nativo de Asia y África.

Como sucede con el almizcle, su calidad varía dependiendo de la especie y procedencia. La mayoría son de la especie Viverridae, pero la más usual en términos olfativos es la civeta africana (*Civettictis civetta*). Sabemos de sus virtudes profilácticas y afrodisiacas por Dioscórides, pero fue el erudito persa Al-Biruni en el siglo XI quien escribió más profusamente sobre la apreciada sustancia. Fue tan codiciada que llegó a formar parte de los obsequios exóticos que los príncipes occidentales integraban en sus casas reales; entre otros, la civeta ofrecida por Abul Faris, sultán de Túnez entre 1394 y 1434, a Juan II de Castilla, y las dos civetas entregadas por el rey de Portugal al rey René de Anjou. Incluso vivían en palacio siendo alimentadas y cuidadas de la

forma más exquisita, algunas hasta tuvieron “guardia real”, como la civeta del rey de Sicilia (Mezan-Muxart, 2015).

Fue un excelente remedio, tanto como medicamento simple como en combinación con otros fármacos o aromáticos, contra la debilidad del corazón, para ayudar a las parturientas y, por su carácter cálido, para tratar todas las disarmonías provocadas por la humedad y la sequedad, así como todas las enfermedades invernales en forma de perfume o inhalación. Oler y frotar algalia fue útil para el dolor de cabeza intenso provocado por el frío; pero, posiblemente, su papel más relevante y quizá la razón por la que en esta época estuviera presente en gran cantidad de fórmulas aromáticas fue por convertirse en paliativo de la gran peste [126] que asoló Europa en el siglo XIV, que se extendió a lo largo de las rutas comerciales desde Asia, donde se piensa que se originó hacia el 1334. Los médicos hispano-árabes e islamistas de al-Ándalus prescribían algalia para prevenir y evitar propagar la epidemia mediante el uso de sahumerios y de “pomas de olor”, que se analizarán más adelante.

La algalia ha sido quizá una de las sustancias más controvertidas a la hora de determinar su presencia en ciertas fórmulas, ya que el término tuvo varias acepciones: como aromático simple, *al-zabab*, aunque esta expresión también se utilizó de forma genérica para referirse a los ingredientes animales, pero también a la versión vegetal de aroma almizclado abelmosco (*Abelmoschus moschatus*) o hibisco almizclero, de cuyo fruto se extraen unas semillas denominadas ambrette o ambreta, que reciben el nombre por su aroma similar al animálico. *Al-ghalliyah* (del árabe *ghalli*, ‘caro’), que se refiere al ingrediente como tal, pero también a una de las composiciones más exquisitas y caras del repertorio musulmán. No en vano, como apunta el historiador Maíllo Salgado (1992), el propio término algalia es un arabismo que ya incorpora el artículo arábigo *al*; por tanto, la sustancia olorosa proveniente de la civeta no es más que el término árabe castellanizado, quizá por esa razón se nombra como algalia solo en español y en otros idiomas como civeta. Pero aquí no termina esta historia. A partir del siglo XV, el término se utilizó para referirse a las algalias, especialmente en recetas castellanas, como preparados aromáticos o perfumes con diferentes compuestos, normalmente con una base de almizcle y ámbar, amalgamado con óleo de beleño, lo que le daba un tono negruzco, que también se utilizó para perfumar y vigorizar el cabello, de ahí las múltiples referencias en los textos al hecho de “derramar algalia sobre la cabeza”.

Un asunto un tanto peliagudo que nos obliga a rescatar el término *javadi* [127], desarrollado en el perfume indio de la era mogol, el cual hacía referencia tanto al ingrediente simple —algalia—, como al nombre del perfume que, en

este caso, estaba compuesto de algalia, ámbar, olíbano, sándalo y clavo; aunque, "a partir de ocho ingredientes, *javadi* es excelente". Una clara conexión con el perfume Al-Ghaliyah musulmán (no olvidemos que las dinastías mogol fueron musulmanas y cronológicamente coetáneas a la época objeto de análisis en el presente capítulo), que más que una fórmula predeterminada englobaba un concepto complejo para referirse al perfume más selecto jamás compuesto. Al-Ghaliyah se elaboró para los califas abasíes, se guardaban en pequeños frasquitos, con forma de redoma, de plata sellados con un tapón de seda china rellenos de algodón para evitar que se evaporase la fragancia. Se situaron en el pináculo del lujo y el más exquisito refinamiento, debido a ello, hoy se utiliza el término Al-Ghaliyah para referirse a las composiciones más caras y exclusivas.

La aportación de Oriente al perfume es tan sumamente prolija que rendirle un merecido homenaje sería materia de otro libro que excedería los límites de este. Del perfume oriental en el periodo islámico encontramos múltiples referencias en la poesía y literatura, siendo al-Ándalus, con su califato omeya, y el abasí de Bagdad dos grandes fuentes de erudición. El culto a la belleza física fue una consecuencia directa de los ideales islamistas. Un cuerpo creado por la divinidad se debía ungir con aceites perfumados y cuidar con composiciones cosméticas para conservar y restaurar la belleza, intentando rozar la perfección creada sabiamente por Alá.

En el islam surgieron diversos tratados, realmente avanzados, que incluían secciones de consejos cosméticos, perfumes y todo lo necesario para armar un excelso ritual de belleza divino. Los más destacados: *Kitab Al-Wisad* o *Libro de la almohada* de Ibn Wafid (siglo XI), o los textos de Al-Razi, Avicena o Avenzoar. Pero el compendio más específico centrado en cuestiones farmacológicas sobre fabricación de perfumes y remedios para el embellecimiento del cuerpo fue el del médico andalusí Abulcasis, *Kirab Al-Tasrif* o *Tratado XIX* (Arvide, 2014), donde se ofrecen infinidad de consejos, desde qué hacer para retrasar la vejez, promover la delgadez o eliminar malos olores corporales, bucales, combatir la alopecia, agrandar los ojos, hasta remedios para embellecer la voz, pues se pensaba que debía deleitar al oído. Fue la primera obra independiente y exhaustiva creada en la península ibérica, de sorprendente lectura dado lo avanzado de sus consejos. Abulcasis inventó el desodorante en barra, el pintalabios sólido que lo hacía mediante una mezcla perfumada y pigmentada que introducía en un molde a presión y le daba forma de bala, los bastones depilatorios (equivalentes a las actuales rasuradoras) o los tintes capilares con un cariz más químico que los botánicos de la Antigüedad.

Fabricantes de perfumes, Ernst Rudolf (siglo XIX).

También consiguió notables avances en el desarrollo de la perfumería, algo que se vio favorecido por el perfeccionamiento de la destilación por alambique gracias a Avicena y otros médicos y eruditos islámicos. Describió numerosas algalias, aceites y ungüentos perfumados, vapores, inhalaciones, fumigaciones, especialmente con fines médicos, así como el arte en la forma de elaboración del perfume. La almáciga, lentisco o *Pistacia lentiscus* está bien acreditada desde la Grecia clásica para tratar el mal olor corporal; Abulcasis la recomienda para las axilas, así como óxido de plomo fundido en escamas pequeñas, mezclado con alcanfor, hojas de rosa, sándalo rallado, nardo, juncia, mirto machacado, rosa almizclada o albahaca, "con esto se hace un polvo compuesto para el exceso de sudor. En las manos recomiendo frotarlas con alumbre diluido en agua de rosas, o para axilas recomiendo hacer pastillas con alumbre, rosa, almizcle, nardo, juncia y mirra".

Los asuntos sobre mal olor y depilación estuvieron bien documentados; entre las recetas más insólitas: el remedio para retrasar el crecimiento del vello después de la depilación, "aplicar grasa derretida de víboras junto con alquitrán, miel y aceite. Si se aplica con constancia y asiduidad, resulta definitivo. Está comprobado". Se recomendaban aromas dependiendo de la estación del año, los humores y la complexión física, por ejemplo, en verano para una complexión sanguínea, flores y hojas de mirto después de frotarlo

entre las manos para que su olor emane más fuerte, y todos los elaborados con rosa, violeta y sándalo, que contenga asimismo alcanfor, finalmente, el agua de rosas “resulta excelente”.

Imperio otomano, entre odaliscas y eunucos

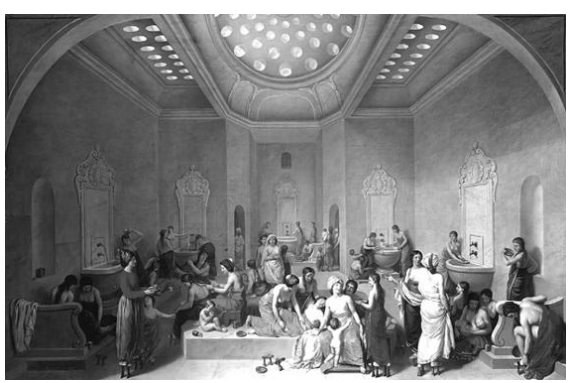
Con la dinastía osmanlí, la primera familia gobernante del Imperio otomano, con la que Bizancio hizo el petate y se largó para no volver, el islam vivió su mayor gloria, hasta octubre de 1923 que se fundó la República de Turquía. Fue la era de las sedas y los terciopelos ricamente brocados, de las pieles y los turbantes enjoyados y emplumados. Un simple detalle de toda la grandeza que llegó a albergar el imperio. Con la conquista de Estambul en 1453, Mehmed II ordenó construir Topkapi Saray-i Cedid (el palacio nuevo), un entorno de ensueño con magníficas vistas al Cuerno de Oro, el Bósforo y el mar de Mármara. Con exóticas estancias finamente decoradas y sus espléndidos patios, sus jardines deliciosos a rebosar de las más variadas especies botánicas, y sus harenes imperiales, colmados de esposas y concubinas, de damas de honor y doncellas, de sirvientas y guardianes, de odaliscas y eunucos de piel negra vestidos de seda e hiperbólicamente perfumados.

El flamante Topkapi fue sinónimo de harén, el acogedor *seraglio* [128], refugio palaciego de los sultanes destinado a la calma y el deleite sensorial. Etimológicamente ‘lugar prohibido, sagrado e inviolable’, con el tiempo pasó a referirse a esfera de mujeres en un hogar polígamo con habitaciones separadas. Unas mujeres que tenían entre sus manos los fastos más ambicionados con la condición de que no escaparan de su jaula, de la cárcel del placer donde el perfume fue el más sugerente de los lenitivos. Las pinturas *ragamala* y *mughal* nos insinúan entre sus coloristas trazos la constante presencia del perfume en escenas de culto al ocio, donde se sirven en bandeja vinos deliciosos acompañados de diminutas ampollas de vidrio cargadas de esencias, aspersores de agua de rosas o quemadores de perfume en un entorno de flagrante *dolce far niente*. Todas las atmósferas de palacio estaban olfativamente calculadas.

Las abluciones con aguas perfumadas, la fumigación con inciensos y la purificación con los baños de vapor fueron escenas importantes en la vida diaria musulmana. Tenían incensarios de todo tipo que se repartían en las más variopintas estancias, como *aga-oglu*, el incensario de ofrenda, ricamente ornamentado, elaborado con patas y asidera que facilitaba el sahúmo, bien para fumigar las habitaciones, bien para perfumar a los invitados antes de sentarse a la mesa. O *buhar-suyu*, el incienso de palacio que, a diferencia de

los sahumerios tradicionales, no fue con fuego, sino al agua, destilando en una especie de receptáculo de vapor distintas especies aromáticas, como sándalo, almizcle o madera de agar, en aguas florales. Las mismas aguas florales que se utilizaron en los famosos aspersores, especialmente el agua de rosas, un elemento clave de las culturas persa, árabe e islámica, aunque ya se estilaron en otras civilizaciones, como la romana o la india. Esos finos quemadores de incienso, de metal, oro o plata, finamente labrados, con piedras preciosas o diseños intrincados, nunca faltaron en los baños para mujeres. Las estancias se perfumaban con velas aromáticas y se puso de moda una tradición: el *kahve ve buhur rosmi*, es decir, la ceremonia de café e incienso. Todo comenzó con el gusto de echar un pedacito de ámbar gris en la taza de café para aromatizarlo. Una taza que previamente habría sido fumigada con ámbar o rociada con agua de rosas. Tal fue la aceptación que se convirtió en rito oficial en las recepciones de embajadores y otros eventos ceremoniales.

El nuevo pasatiempo que honrará la pureza de Alá será el *hammam*, espacios de placer y deleite de los sentidos. En el entorno del *hammam* surgió la más sensual iconografía, tan voluptuosamente representada en el arte. Escenas bucólicas de damiselas y sus sirvientas que amasaban sus cuerpos con finos paños empapados de pastas aromáticas. El objetivo era que el cuerpo brillase y oliese bien, y ese olor produjese bienestar. El baño turco fue una derivación de las termas romanas, pero "otomanizadas", más centrados en la sudoración mediante frotación y el deleite, como escuchar música o poesía. No se concebía una ciudad musulmana sin un *hammam*, epítome de pulcritud física y espiritual, tan esencial en el islam. Los califas omeyas construyeron baños privados con intrincados pisos de mosaicos, techos abovedados y estructuras marmoladas, dentro de sus palacios imperiales. Eliminaron el *frigidarium*, parte esencial en la época grecorromana, por considerar que la acción del agua fría tenía beneficios para la salud, y ampliaron las salas de recepción, el mejor escenario de entretenimiento cortesano.



El baño femenino turco, Jean Jacques François le Barbier (1785).

El más especial y diferente fue el palacio de Amra, el complejo de baños de piedra caliza Qasr'Amra en Jordania (siglo VIII), un retiro real de verano con sus paredes cubiertas de frescos con escenas de mujeres desnudas bañándose; mujeres de pie, sentadas y reclinadas, todas mostrando con orgullo los atributos físicos más elogiados en la poesía árabe temprana. Escenas de caza y retratos naturalistas de pájaros y animales, o en la cúpula del *caldarium* se podía contemplar la bóveda misma del cielo, con un mapa astronómico pintado, con sus constelaciones y zodiacos, uno de los primeros que se conservan a tal escala. Un complejo tan insólito que la UNESCO llegó a declarar Patrimonio de la Humanidad en 1985. Los médicos árabes aconsejaban decorar los baños con colores brillantes y alegres porque pensaban que un hombre perdía una parte considerable de sus fuerzas cuando se bañaba. Para revivir los espíritus decaídos y "los tres principios vitales del cuerpo: el animal, el espiritual y el natural", las paredes de un *hammam* debían estar cubiertas con imágenes de caza y lucha, de animales, de amantes y de jardines con árboles y flores (Baker, 1980).

Al margen del cariz supersticioso, el ritual del baño llegó a ser tan complejo que requería un día entero. Esta es la descripción de un día de *hammam* para una mujer bagdadí del siglo XIV: Hacía su entrada triunfal de mañana, en una carroza acompañada por su criada y un eunuco que llevaban cofres de madera laqueada, cajitas de cobre en las cuales se encontraba todo lo necesario para la *toilette*: guantes, cepillos, peines, pastas, ungüentos, perfumes, toallas…, así como una apetitosa merienda que hablaba por sí sola de las horas que permanecería la dama en los baños: naranjas, huevos duros, limonada burbujeante, agua de flor de naranjo, horchata. Después de haberse desvestido en la antesala, la dama penetra en la sala de sudoración. Después de una hora, el bañista viene a frotarla con un guante de lana tan fino y duro como fuera posible. En esta operación se combinan el masaje y la limpieza profunda de la epidermis. Después de enjuagar la piel, se comienza a lavar la cabeza, la cual es untada con barro del Nilo o tierra de Armenia [129]. Nuevo enjuague y fricción, al que sigue un pulimento de los pies con unas piedras especiales [130]. A continuación, se tiñen los cabellos, mecha a mecha con henna, con cuidado en todo momento de no manchar la piel. A estas alturas, ya ha terminado la mañana y nuestra dama procede a comer algo, reposando y conversando antes de que comience la sesión de tarde. Esta incluye la depilación del vello de todo el cuerpo, incluyendo axilas, brazos, cuello, piernas y el sexo. Para ello se pueden usar distintas mezclas, ya sea cera o una especie de caramelo espeso tratado con limón. Y el tratamiento termina con el

maquillaje. Los dientes se blanquean con cáscara de huevo machacada o con carbón vegetal en polvo, después de lo cual la dama mastica hojas de betel o corteza de nogal, que habrá de perfumarle la boca y de dar un atractivo tono rojizo a las encías. Ahora la maquilladora aplica al rostro una mezcla de polvo de arroz con clara de huevo, al que añade luego un poco de polvo rojo para que las mejillas adquieran un hermoso color rosado. Se aplica a las cejas una pasta a base de incienso y agalla [131] para oscurecerlas y polvo de antimonio o kohl sobre las pestañas a fin de agrandar los ojos. La gama de perfumes sería demasiado prolija de enumerar, pero incluye ámbar, extractos de manzanilla o violeta, el almizcle, el sándalo, así como las fragancias más ligeras: agua de rosas, de geranio, de naranjo, de laurel. Nuestra hermosa dama termina su *toilette* con el vestido y las joyas, y ya está lista para lo que adivinamos será una larga noche de amor (Bouhdiba, 1975: 199-201).

Tanto *glamour* requería un atuendo acorde, así surgieron los emblemáticos zuecos de *hammam* o *nalins* turcos, que venían a ser unas placas de madera a modo de plantillas donde apoyaban los pies, apuntaladas con una especie de andamios de madera muy elevados (podían llegar a medir hasta 20 cm de alto, o más), tan sofisticados que, incluso, llegaron a convertirse en recurso pictórico de artistas del XIX como Jean Etienne Liotard o el orientalista Jean-Léon Gérôme.

Los *nalins* podían estar fabricados con maderas selectas, como la de sándalo, ébano o boj, incluso de plata repujada, ricamente decorados con mosaicos de nácar, pedrería o bordados, incluso pequeñas cadenitas de metal suspendidas del borde de la suela para hipnotizar con su sensual tintineo al andar. Fueron auténticas joyas del erotismo, que superaba a la sensorialidad del *hammam* y la sofisticada *toilette* de las damas otomanas. Su función simbólica, sin duda, fue mostrar el alto estatus pero, en realidad, estos zuecos surgieron con la intención de proteger los pies del agua sucia y el jabón para no resbalarse en los paseos entre las diferentes salas del *hammam*. En el tocador de las damas de la corte siempre había una cajita de marfil, finamente ornamentada, donde guardaban los perfumes, con grabados que hacían alusión al artífice de la mezcla, a la fecha de elaboración o datos de la destinataria. Un panorama de rutilante relato que se dio de bruces con la anodina y puritana Europa cristiana.

Efluvios medievales

Si en la ciencia del islam cuidar y perfumar el cuerpo suponía honrar y perfeccionar la creación divina, en el pensamiento cristiano supuso una

aberración y una afrenta contra Dios. Las mujeres "sometidas" al adorno femenino desobedecían al Todopoderoso por querer mejorar y modificar "la suprema creación de Dios", apelando al axioma de que "la verdadera belleza procede del interior". *De cultu feminarum* de Tertuliano (siglo III) exhortaba a las cristianas a renunciar a los cuidados de belleza siguiendo los preceptos evangélicos de modestia y simplicidad; las que actuasen en contra, serían tachadas de paganas.

Ornatus (cosmética y maquillaje) conduce a *prostitutio*, lo contrario de la *castitas* y la *pudicicia.* El *cultus christianus* no exige más vestido que el luto y el llanto, una diatriba contra las mujeres en las que solo se salvaba la Virgen María. Perfumarse no era más que un aberrante pecado, una obra del diablo, donde los animálicos (almizcle, algalia y ámbar) no eran más que ardides de Satán. Con semejante panorama, hablar de perfume en los retorteros medievales se ciñe al entorno monástico y los remedios botánicos que monjes y abadesas tendrán a bien formular con las plantas medicinales que cultivaban en sus huertos (tomillo, romero, lavanda o hierba de San Juan), que pronto tendrán su apogeo, perfilando la nueva acepción que tendrá el aroma en la alta y baja Edad Media: el perfume profiláctico.

En plena censura a lo perfumado como ornato banal y superfluo surge el hecho que marcó un punto de inflexión: la peste negra [132], una pandemia que asoló Europa entre 1347 y 1352, una plaga causada por la bacteria *Yersinia pestis*, que tuvo su origen en Asia central y penetró en Europa, al parecer por Italia, en barcos comerciales genoveses provenientes del mar Negro. El panorama en el siglo XIV era desolador. No solo la peste, sino otras epidemias secundarias que afectaron al ganado y exacerbaron las hambrunas, y la agitación provocada por las guerras, especialmente la de los Cien Años entre Francia e Inglaterra, generaron un contexto ciertamente convulso que hizo resucitar viejas ideas y medidas profilácticas de la teoría médica antigua. Se retomó la tipología médica de los humores que hizo Galeno (aunque ciertamente nunca se llegó a abandonar) y su relación con aire, tierra, fuego y agua, que debía mucho a los escritos de Hipócrates. Unas teorías en las que ahondó el médico andalusí Abulcasis, que también apoyó la idea de que los perfumes permitirían controlar el aire a cuyo desequilibrio (o corrupción) se le atribuyó la facultad de provocar enfermedades.

No solo había que protegerse de una epidemia para evitar el contagio y, sobre todo, que se propagase; también había que escudarse del olor punzante de los cuerpos en descomposición; de la insalubridad de unas incipientes urbes a medio montar, con sus aguas corrompidas y sus aires viciados, desde las pútridas vías fluviales de Ámsterdam al infectado Sena o el pestífero Támesis.

Retrato de una mujer de la familia Slosgin de Cologne, Barthel Bruyn el Joven (siglo XVI). En esta representación vemos que la mujer se pertrecha de los elementos esenciales para superar los miasmas: los guantes de piel perfumados que porta en su mano derecha y el pomander que sujeta entre sus manos, de metal labrado, posiblemente oro, con materia aromática terapéutica en su interior. Se podría intuir que las cuentas del gran collar que escuda su torso están elaboradas de ámbar gris, una costumbre arraigada en la época.

Todo un arsenal de remedios olfativos surgió para paliar semejante espectáculo: en primer lugar, la fumigación quemando plantas y maderas aromáticas (hojas de laurel, enebro, orégano, ajenjo, ruda, magarza y agar) dentro de las casas para purificar el aire; aspersores de aguas de olor (rosa, azahar, melisa, enebro o trébol) para rociarlo todo, desde estancias y ropajes al propio cuerpo; saquitos de hierbas que se disponían cubriendo la nariz; pastillas y pebetes para quemar a modo de incienso, habituales en los inventarios de las damas medievales que ubicaban en sus aposentos para perfumar y desinfectar la atmósfera al tiempo que se calentaban las manos; pomas de olor, pañuelos y guantes perfumados; y cazoletas o *cassolettes*, que emitían la fragancia por medio del vapor, aunque, según los escritos, es un tanto confuso su diseño y modo de uso. Podría tratarse de perfumadores, como especie de calderos con agua, donde se disponía una pasta bienoliente que, mediante el calor del fuego, iba soltando el vaho perfumado, y se debían ir reponiendo a medida que se iban consumiendo.

Hay posibilidad de que también se usasen pebeteros cupuliformes o esferas perforadas con ricos ornamentos por cuyos orificios se dispersaba el

perfume. Unas curiosas esferas incensales que tan bien ornamentaron los harenes otomanos, pero datan de mucho antes: siglo XI, herencia de los seleúcidas y mamelucos, soldados turcos a las órdenes de los califas abasíes, que gobernaron Egipto y Siria de 1250 a 1517. Lo interesante de estos artefactos fue su diseño: divididos en dos hemisferios, un recipiente para el carbón y otro para la mezcla incensal, y dos anillos concéntricos que lograban que la bola (y el incienso que albergaba) permaneciese horizontal, aunque se moviese o rodase por el suelo. Un diseño que parece proceder de los artesanos sirios o de Mosul, conocido como brújula flotante, una técnica de fabricación bien conocida en el Oriente islámico desde el siglo VII, aunque, según hallazgos, también se estilaron en la dinastía Tang china (siglos VII-X), de manufactura idéntica, solo que de menor tamaño, para llevar colgados a modo de accesorio. Es posible que los artesanos chinos, por ese constante fenómeno de diseminación artística y cultural debido a las rutas comerciales que se dio en la Antigüedad, se inspirasen o directamente los importasen, convirtiéndose en un claro antecedente de los *pomander* europeos, que sumergen sus raíces en versiones pretéritas. Posteriormente, a este curioso mecanismo se lo denominó suspensión gimbal o cardánica, lo que daba muestras de lo avanzado de la ciencia y artesanía en estos momentos.

Todos ellos se mantuvieron a lo largo de los siglos venideros, pero con especial relevancia los guantes perfumados y las pomas de olor, *pomander*, *pomme de senteur* o *pomme d'ambre*, según su acepción gala, por ser el ámbar gris la materia aromática de elección para rellenar su interior. Se mantenían las ideas arcaicas de que las sustancias animales, especialmente almizcle, ámbar gris y algalia, tenían esa cualidad "exorcizante" por ciertas supercherías de que la enfermedad era cosa de fenómenos demoniacos; sin embargo, iremos viendo un paulatino declive de estos ingredientes en favor de hierbas aromáticas y todo el arsenal botánico, más adecuado para temas terapéuticos. Estas pomas de olor, que podían revestir diseños realmente intrincados, de metales preciosos finalmente tallados, como las que se ven colgar de los cinturones enjoyados en los retratos de la nobleza y realeza medieval, podían albergar diversas mezclas medicinales. Algunas recetas castellanas apuntan al almizcle, ámbar, estoraque, lináloe y sándalo. El estoraque ya fue utilizado en al-Ándalus para contrarrestar el mal olor, inhalado o quemado, o como medida preventiva contra enfermedades. Otras combinaciones añadían clavo, lavanda y ciprés. O clavo, enebro, espliego y romero, que servían de profiláctico y también para fumigar. Aunque su origen se suele fijar en el XIV con motivo de la peste, lo cierto es que Plinio ya mencionó en su *Historia naturalis* estos adornos perfumados como *pomum medica*, procedente de Media (Siria), refiriéndose a las pomas naturales,

normalmente una naranja con clavos de olor pinchados, no para ser comidas, sino guardadas para secar por sus propiedades medicinales y aromáticas. Sobre cómo estos dos artilugios pasaron de ser meros profilácticos contra el hedor enfermante a ornamentos que mostraban clase y estatus es algo que terminará cimentando la estética del placer, tan vigente en las cortes europeas.

En cuanto a los guantes perfumados, la península ibérica tenía una gran tradición y sus creaciones fueron muy valoradas.

El monje en el jardín, Carl Gustaf Hellqvist (1884).

La España musulmana se vanagloriaba de fabricar los mejores curtidos de pieles, un ejemplo fue el cordobán [133], un cuero de cabritillo de alta calidad que se obtenía mediante el adobado vegetal con zumaque, una planta de sabor acidulado que recuerda al vinagre o al limón, que dejaba las pieles con una finura exquisita. Los recetarios de técnicas industriales de la España medieval de la Corona de Castilla (siglos XV-XVI) incluyen un sinfín de recetas de adobo de guantes para conseguir la mejor impregnación perfumada. El ámbar se utilizó principalmente para eliminar el nauseabundo olor del encurtido de las pieles. Este trabajo correspondió a los “guanteros perfumistas”, el gremio que sustituyó a los “boticarios-alquimistas”, y perduró hasta las postrimerías del XVIII, con gran trascendencia, sobre todo en Francia, pero también se atribuyen a las mujeres de la nobleza, que aromatizaban sus propios guantes,

lo que explica la gran cantidad de recetas para adobar encontradas (Criado, 2012). Las sustancias más utilizadas fueron algalia, ámbar gris y almizcle, con una pizca de espliego, estoraque, canela, clavo de olor, rosas mosquetas, benjuí, lentisco o laurel. Siempre se debían aromatizar cuando los guantes ya estaban fabricados, y se hacían primero mediante varios lavados con aguas de rosa almizcladas, seguidas de un ungüento bienoliente que se aplicaba tantas veces como se quisiera.

En otras recetas se debía dejar en remojo en agua perfumada varios días y luego aromatizar dos veces, una con ámbar y ungüento, y la segunda con una composición perfumada hasta que el cordobán quedase blando y oloroso. Hubo tantas fórmulas como variedad de guantes perfumados. Algunas aplicaban la técnica de *enfleurage* (el método más antiguo de extracción del aroma), disponiendo los guantes entre capas de flores (las más habituales jazmín, azahar o tuberosa) en sustancia grasa [134] durante varios días hasta que quedasen bien impregnados. O primero extraían el aroma en la grasa que luego se lavaba con aguardiente de vino para obtener infusiones con las que luego se adobaban.

Si bien es cierto que Grasse se llevó el gran mérito en la fabricación de guantes perfumados (no en vano de ahí vino su fama), es de justicia reseñar que ya en Castilla se hacían excelentes ejemplares y, antes que Grasse, estuvo Montpellier en el arte del guante perfumado, aunque la migración y conglomerado de expertos y el cultivo masivo de especies aromáticas en Grasse, como el jazmín o la rosa, le hicieron ostentar tan alto grado. Castilla, por otro lado, fue la gran difusora del alambique y la alquitara, gracias a su rica herencia andalusí, y de técnicas como la maceración y destilación, una preparación espagírica derivada de la alquimia, que consistía en separar sustancias volátiles de aquellas que no lo eran, muy habituales para preparar también licores y bebidas alcohólicas artesanales, por lo que la técnica de los destilados florales y aguas olorosas ya estaba muy avanzada. De este modo se extraían los “espíritus”, que tanto le gustaron a María Antonieta.

Gracias a estas preparaciones alquímicas surge el primer perfume con base alcohólica, tal y como hoy lo conocemos. Se denominó Agua de la Reina de Hungría, una fórmula que un monje hizo a la soberana, a base de romero y aguardiente, considerada como una verdadera panacea. Son mil y una las leyendas que circulan en torno al que se puede considerar el primer perfume en términos modernos, que si rejuveneció a la sexagenaria y la hizo atractiva a los ojos del rey, digamos que forma parte de las estrategias de mercadotecnia que hábiles comerciantes tuvieron a bien airear. Lo que es cierto es que se trató de una fórmula considerada en estima más allá de la época en la que fue forjada, haciendo las delicias de los amantes de las aguas, fruto alquímico sin

igual, como *aqua mirabilis*, de la que más tarde se extraería la primera *eau de cologne* de la historia, pero no adelantemos acontecimientos.

Los cruzados regresaron de tierras exóticas cargados de insumos no menos insólitos, como especias, perfumes y sedas. Regresaron con "polvillos de Chipre rojo", una mezcla de sustancias resinosas y aceites que incluían rosa de Damasco, sándalo rojo, agar, clavo, almizcle, ámbar gris y algalia, aunque es posible que hubiese numerosas recetas. También de los "polvillos de Alejandría", de las ciudades persas de Sapur y Shiraz, se obtuvo esencia de jazmín, un destilado de rosas exquisito, y también agua de violetas. Aceite de iris, mirto, narciso o mejorana, todos ellos apreciados por su sutileza floral. También se pusieron de moda los famosos pajaritos de Chipre, aunque algunas fuentes aseguran que fue un pequeño aromático que se trajeron los cruzados tras sus incursiones en la isla del mismo nombre; otras especifican que se introdujo en Europa a través de la Corte de Aragón, con la reina María de Chipre o María de Lusignan, princesa de Chipre y reina consorte de Aragón, por su matrimonio con el rey Jaime II de Aragón (siglo XIV). Estos pajarillos —*oiselets de Cyprus*— en un principio fueron una especie de pomos de pasta perfumada, generalmente moldeados en forma de pájaro, que se colgaban en los departamentos de las grandes damas, en jaulas o receptáculos similares, para servir al doble propósito de purificar y perfumar la atmósfera (Miron, 2013). Posteriormente fueron derivando en una suerte de aves labradas en metal, con su cuerpo repleto de pequeños orificios por los que se difundía el perfume, habitualmente una mezcla de musgo de roble, raíz de iris, estoraque, ciprés, rosa o ládano. Estos pajaritos tuvieron mucha aceptación como elemento ornamental que, además, purificaba y perfumaba el aire. No en vano se consideran el antecedente de la familia olfativa Chipre, cuyo acorde esencial (musgo de roble, pachulí y bergamota), siglos más tarde, simplificaría el perfumista François Coty, hasta convertirlo en un esqueleto reconocible que definiera la familia olfativa más rentable de la industria del perfume.

A la 'conquista' de nuevos exóticos

Cuando Cristóbal Colón alcanzó las costas del Caribe en 1492, se quedó prendado de la "cualidad odorífera" de la nueva Isabela: "El olor de los árboles y las flores es tan delicioso que parece la cosa más placentera del mundo". Unos descubrimientos olfativos que le llevaron a escribir un diario sobre las nuevas especias halladas, "raíces llamadas zanahorias (ñame), con olor a castañas". Según se iban adentrando, los hombres de Colón encontraron

delicioso ese vibrante despertar nasal que les provocaban tantos tipos de árboles, hierbas y flores de olor dulzón. Intentaron asimilar la flora del Nuevo Mundo a través de símiles con las especies del viejo mundo: Esas islas tienen grandes huertas y muchos árboles en ellas, diferentes de los de España: hay higueras que dan higos grandes como un puño, amarillos por dentro y de poco gusto; y otros árboles que dan un fruto que llaman ananás, en forma y tamaño como una pequeña piña, es un fruto muy dulce en sabor, quitada la cáscara, la semilla es como un pedacito de queso fresco. En las granjas del exterior del país hay otras grandes piñas, que crecen en árboles bajos, y son como el áloe [135]: tienen muy buen […] olor y muy buen sabor (Ketller, 2016).

Vieron esos nuevos botánicos recién descubiertos con gran optimismo para nuevas empresas comerciales. Como el copal, la resina ubicua en los rituales "de limpia" de la nueva bohemia, los "sesos del cielo", según los tratados mayas que, para los indígenas prehispánicos, no significó más que incienso. El término copal hacía referencia a cualquier tipo de resina para quemar con el propósito de venerar a sus deidades. Luego estaba la variedad *Bursera copallifera* o copal sagrado, la resina mexicana tan en boga en la actualidad que antaño se utilizó para rendir culto, sobre todo a Tláloc, la divinidad del agua, quien sostiene una bolsa de copal en algunas de sus representaciones y fue invocado como "señor del copal o señor del incienso". Hay varios tipos de *Bursera*, entre ellas, la *Bursifera linanoe* o linalóe, citado como ingrediente habitual en las composiciones aromáticas de la vieja Castilla.

> En la ofrenda del incienso o copal usaban estos mexicanos, y todos los de Nueva España, de una goma blanca que llaman *copalli* —que también ahora se usa mucho— para incensar a sus dioses. No usaban del incienso [136], aunque lo hay en esta tierra. De este incienso o copal usaban los sátrapas en el templo y toda la otra gente en sus casas […] [137].

No es de extrañar que esta rica resina fuera ampliamente usada en el templo y "toda la otra gente en sus casas". Su enigmático olor, muy en sintonía con el olíbano, pero con matices más frescos, balsámicos y alimonados, la convierten en remedio "para todas las enfermedades que nacen de causa fría y húmeda", según decían, conforme a la teoría de los humores imperante en Europa en aquella época. Debido a su elevada vibración, una cualidad que le viene del carácter sagrado otorgado al árbol por los pueblos indígenas, como los aztecas y los mexicas, esta resina también se utilizó para sanar las llamadas enfermedades del "síndrome cultural", un término acuñado por la antropología médica para referirse a los trastornos psicosomáticos sin alteración bioquímica, orgánica o funcional, como "el susto", el mal aire y los males causados por brujería o influjos espirituales dañinos, cuya curación incluía el uso del copal quemado en sahumerios y fumigados por el cuerpo del enfermo, en las llamadas "limpias".

Para hacer competencia a la todopoderosa madera de agar y el rico sándalo, aparece aquí la *Bursera graveolens*, más conocida como palo santo, la fragante madera sagrada que, igual que ocurrió a sus contrincantes perfumadas, su codiciado olor está llevando la especie a la extinción. No la debemos confundir con la madera de guayaco (*Bulnesia sarmienti*) [138], especialmente abundante en Paraguay, a pesar de tener ciertos matices aromáticos similares, se trata de dos especies distintas. Pero dentro de los nuevos aromáticos que nos proporcionó la llegada a América y que tanto ampliaron la paleta del perfumista, no podemos dejar de lado a una de las especies más aromáticas, sensuales y erógenas del elenco floral: la *Plumeria rubra* [139], gracias a los descubrimientos y el desarrollo de la historia natural de las Antillas del botánico jesuita Charles Plumier. Plumier rescató la costumbre de la antigua Grecia de nombrar las especies botánicas con el nombre de quienes las descubrían (o encontraban), ignorando la denominación original que los indígenas le habían otorgado, determinada, normalmente, por su apariencia. Una colonización botánica en toda regla, pareja a la ocupación de los terrenos conquistados. Esta flor tropical de olor delicioso también es conocida como frangipani por una curiosa leyenda difícil de precisar, mucho menos de constatar con hechos probados. Sea como fuere, la leyenda se "coló" en la historia del perfume con tanta fuerza que resulta impensable ignorar. Cuentan que un noble italiano, de la familia Frangipani, entre la que había mariscales, botánicos y reposteros, decidió crear una fragancia para camuflar el nauseabundo olor de la piel curtida de sus guantes, accesorio esencial de la época. El noble quiso crear una mezcla diferente a la clásica de moda en la época —almizcle, algalia y jazmín— y decidió inspirarse en el aroma que evocaba la alta repostería italiana que, desde el Renacimiento, se fue haciendo cada vez más refinada y exquisita. Para ello, se sirvió de las especias, tal vez la recién llegada vainilla, y flores, como la violeta, para crear un matiz dulzón y goloso. El resultado fue un aroma que recordaba a las almendras amargas o dulces como el mazapán, muy similar a los matices de la *Plumeria*, por lo que también recibió el nombre de flor de mazapán. El resultado fue tan exitoso que se extendió por la nobleza europea como *gants à la frangipane* ('guantes a la frangipani'), en honor a esta fábula tan difícil de precisar.

Frangipane también es el nombre que recibe un relleno elaborado con almendras amargas y crema pastelera, componente del popular *galette des rois* (tarta de reyes). Puede que por su relación con el rey de Francia Luis XIII, de quien se dice que fue fiel usuario de los populares guantes, pues uno de los Frangipani, Muzio, a quien se le atribuye la autoría del perfume según algunas versiones, fue su mariscal. O por la mismísima Catalina de Médici,

exquisita *gourmet* que se llevó a la corte francesa buena parte de los exóticos florentinos, entre ellos, su rica gastronomía, y a quien se le adjudica en realidad el gusto por los guantes de Frangipani, por su rico aroma a almendras amargas (dicen que también así huele el cianuro, el veneno letal que perfila su macabra historia) cuyo exotismo se extendió por toda Francia. Pero no adelantemos acontecimientos.

En definitiva, los descubrimientos botánicos en el Nuevo Mundo se desarraigaron de sus tierras tropicales para empezar a formar parte de los huertos europeos, donde se afianzaron y ampliaron la familia botánica. Estas nuevas especies enriquecieron la creatividad de las composiciones sobremanera, aunque la propensión a exóticos foráneos se mantuvo notoria.

Capítulo 5
Las ornamentadas cortes perfumadas

Acqua della Regina al gusto de Catalina (de Médici)

En la fatigosa senda que ensambla la impávida Edad Media y el gusto por el fasto de las cortes europeas surgen varios lances que afrentar para entender la verdadera evolución del aroma. La Venecia de Marco Polo se hizo con el control del comercio de exóticos provenientes de Oriente, monopolizando buena parte de las rutas, especialmente las marítimas, convirtiéndose en una de las ciudades más ricas de Europa; Italia, con el Renacimiento, se posiciona como epicentro del perfume —al menos por tres siglos—, gracias a la fina manufactura veneciana y a la labor de los monjes florentinos cuyas aguas de olor botánicas pronto serán del agrado de una sociedad convulsa que se debate entre la férrea disciplina del cristianismo, el pavor de los miasmas y la hedónica herencia oriental; así como el apogeo de las realezas enriquecidas por el comercio y las conquistas, que pronto irán hilando el entramado de las normas cortesanas y el estilo de vida noble que marcará el verdadero objetivo del perfume en la era moderna: la distinción de clases y la expresión de estatus.

Es la época de frailes y abadesas, de botánicos y herboristas, de Culpeper y Paracelso. Es el momento de las "favoritas" del rey, de Agnès Sorel, Diana de Poitiers y Madame de Pompadour. De la alquimia, del veneno y de las flores. Muchas flores. Es la era dorada de las *acquas*: agua de Hungría, agua de rosas, agua angélica, agua maravillosa y agua de Damasco, compuesta por una docena de aromáticos, además de almizcle y algalia (que se solían echar al final, después de varias destilaciones, para afianzar la fórmula), que rápidamente adquirió fama por ser un arma férrea contra las epidemias, además de un eficaz afrodisiaco. Es un periodo que comienza en el XV y acaba con la cabeza de la reina de Francia. Pero comencemos por el principio.

Tras las travesías del mercader veneciano Marco Polo en el XIII, Venecia se orientalizó, no solo por ser receptáculo de los exquisitos exóticos de

Constantinopla, sino por haberse fraguado una auténtica hermandad con el islam que le posibilitó hacerse la "ama" del mundo en los albores de la era moderna, además de una de las ciudades más ricas del Mediterráneo. Alrededor del XIV, el comercio de productos provenientes de las "islas de las especias" (Molucas-Indonesia) estaba monopolizado por los mercaderes musulmanes en sociedad con los venecianos. Esta situación provocó que los precios se elevaran de forma exponencial, ya que las especias eran muy codiciadas no solo con fines gastronómicos, sino también para la elaboración de medicinas y pociones mágicas. Unas pociones de las que Venecia alardeó en su colorido carnaval donde placer, juego y coqueteo emprendieron su particular danza. Por cierto, como inciso curioso, los filtros de amor estaban a la orden del día, con almizcle y algalia, tan del gusto de la época. Frotarse con algalia fue signo de estar enamorado (Silva Santa Cruz, 2023) [140]. Y tuvieron una curiosa costumbre: los *ovi odoriferi*, unos huevos perfumados rellenos de polvo de Chipre o aguas perfumadas, que los jovenzuelos vestidos de *mattasin*, el prototipo de amante de la diversión, irreverente, salvaje y despectivo, lanzaban sin piedad contra las mujeres hermosas, contra su enamorada o contra las mujeres en general. Para qué descartar.

Estos comerciantes venecianos llegaron fascinados de las maravillas y riquezas de las cortes ayyubí, mamelucas y otomanas. Estaban mucho más civilizadas, dotadas de alumbrado público y edificios sofisticados. Poseían bellas residencias, con jardines y albercas, y sus fastuosas alfombras, sedas y brocados eran una maravilla, así que los copiaron, adquiriendo sus técnicas de fabricación. Así pues, los artesanos de Venecia acabarían produciendo objetos de vidrio, piezas artísticas de metal y cerámica que, por una curiosa vuelta de las cosas, Venecia terminaría exportando a Oriente.

La cuestión, el arte de la perfumería, desde el jugo al envasado, Venecia lo sofisticó y llevó a las cotas más altas del boato. El siglo XV fue la época de gran esplendor del arte en la perfumería veneciana. Surgieron los *saoneri*, productores del exquisito jabón, aunque en el XIII ya se creó la industria jabonera de Marsella. La picaresca de la veneciana es que los perfumaron con esencias orientales, convirtiéndose en los primeros jabones perfumados de la historia. Al mismo tiempo florecieron los *muschieri*, los perfumistas con un nombre posiblemente derivado de *musch, musk* (almizcle), por ser la materia prima más preciada. Estos expertos pronto fueron reclamados por las cortes europeas, especialmente la francesa, para que les deleitaran con su arte orientalista. Que el Renacimiento fue italiano es algo innegable.

A la zaga de Venecia le seguía Florencia, con su *héritage* en el arte de la botica alquímica. Fue de hecho donde se instaló la "perfumería" más antigua, fundada en 1221 por los frailes dominicos, la Officina Profumo-Farmaceutica

di Santa Maria Novella, la artífice del Acqua della Regina, una de las fragancias más antiguas, creada por encargo especial de una de nuestras primeras protagonistas, Catalina de Médici, como obsequio a su esposo, el rey de Francia. Una algarabía de cítricos y hierbas aromáticas que aún hoy se sigue destilando.

Pero antes de abordar tamaña figura regia, hablemos un poco más del noble arte de la *profumeria* italiana. También italiano fue el inventor de la primera agua de colonia de la historia, el lombardo Giovanni Paolo Feminis, a quien se le atribuye la creación de la mítica *aqua mirabilis* en 1695 que, por carambolas del destino, terminó comercializándola un familiar suyo, Jean Antoine Farina, en Colonia (Alemania), con el nombre de Aqua Admirabilis, aunque después derivó en agua de colonia por el lugar donde se estableció. Esta es otra de esas historias cargadas de misterio y dudas, debido a las múltiples versiones que se contradicen entre sí. Sí me parece interesante destacar que la prolífica fórmula data de 1695, finales del siglo XVII, cuando las *aquas*, consideradas como esas fórmulas medicinales vigorizantes, cuasi milagrosas, que tanto se bebían como se frotaban o se esparcían a raudales, creadas en entornos monásticos altomedievales, ya se comenzaron a mencionar varios siglos antes de la creación de Feminis, de lo que se podría deducir que Feminis pudo formular una versión del *aqua* aromática (según dicen, muy similar al Acqua della Regina de Catalina de Médici) inspirada en el resto de *aquas* medicinales que ya llevaban siglos preconizándose, pero cuesta pensar que fue el pionero en "inventar" la receta de una de las fórmulas tónicas más nombradas del medievo.

No obstante, como veremos con otros de esos casos curiosos de la historia del perfume, lo que sí se puede atribuir, primero a Feminis y luego a Farina, es "el bautizo" de la receta, pasando a los anales de la historia como propia. Tanto el agua de colonia, como *mirabilis*, de Hungría o della Regina, tienen en común que se basan en los mismos componentes, una buena dosis de cítricos o sus derivados (naranja, limón, petitgrain o azahar) y hierbas medicinales (lavanda, romero, tomillo), con propiedades estimulantes, vigorizantes y restauradoras, aparte de su aroma chispeante y equilibrante, razón por la cual fueron las fórmulas más solicitadas por soberanos y personajes ilustres, como Voltaire, la reina Victoria o Napoleón Bonaparte, de quien se dice que albergaba un pequeño vial del *aqua de Farina* en un lateral de su bota para no prescindir de ella en ningún momento.

EAU DE COLOGNE

DE

JEA MARIE FARINA,

LE ANCIEN DISTILLATEUR À COLOGNE

vis-à-vis de la place Juliers.

Eau de cologne original de 1709, Jean Marie Farina.

Con la llegada a Italia de manuscritos antiguos y su traducción, se favorece la penetración en Europa de las prácticas y fórmulas de la Antigüedad, basadas en las leyes de la armonía pitagórica, el ideal platónico, la ciencia médica de Salerno, así como farmacopea basada en prácticas escatológicas (ojos de paloma, dientes de culebra, heces de cocodrilo o de gato fueron muy apreciados para la elaboración de pócimas). Las recetas del repertorio de Catalina Sforza, *Gli Experimenti della Excellentissima Signora Caterina de Forli*, que tanto curaban enfermedades como te hacían rejuvenecer 20 años, fueron las más valoradas. Una de las más célebres fue *aqua celeste*, un elixir de juventud, con clavel, nueza moscada, jengibre, enebro, mejorana, albahaca, rosa, cardamomo, canela, cálamo, incienso, lentisco, anís o artemisa, entre otros. Otros tratados de la época se centraron en el arte del embellecimiento y el buen olor, como *Notandissimi secreti de l'arte profumatoria* de Giovanni Ventura Rossetti, que ofreció numerosas recetas con la idea de desvelar los secretos de belleza de las mujeres venecianas, pero también de las napolitanas, de las romanas, de las milanesas, de las lionesas y de las parisinas, aunque reserva sus elogios más efusivos para las mujeres de El Cairo y Siria, donde toda dama se deleita con el arte del maquillaje y el cuidado de la piel.

Rossetti aporta numerosas recetas de aguas perfumadas, lociones, destilados, inciensos, ungüentos para aclarar la piel o el cabello y jabones, como el de perfume de Damasco, del alquimista italiano Girolamo Ruscelli: "Coge almizcle, algalia, ámbar, azúcar, benjuí, estoraque y agar. Pon todo en una cacerola pequeña, vierte agua de rosas o agua de nafta. Haz un pequeño fuego debajo, agrega agua apenas se consuma, al cabo de unos días, obtendrás

un excelente jabón". Otras recetas de Ruscelli incluyen el aceite imperial (ámbar, estoraque, resinas, agua de rosas, aceite de rosa damascena, clavo, canela y, como punto final, almizcle y algalia), para perfumar el cabello y la barba, para frotarse las manos y para perfumar los guantes.

Durante el Renacimiento, el yugo del cristianismo seguía presente y la higiene aún se mantenía en ciernes. La apariencia exterior empezó a jugar un papel más importante que la limpieza en sí, y el miedo al baño dio lugar a nociones de limpieza completamente paradójicas. Las aguas pútridas, según las teorías reinantes, no eran adecuadas para estar en contacto con el cuerpo por ser las causantes de enfermedades y epidemias; en su defecto, se utilizaron sustancias animales para "cubrir" la suciedad y enmascarar los malos olores (justo esas sustancias que, en su estado natural, olían más fecales que las propias emanaciones corporales). Un frenesí por lo animal se apoderó de las cortes y los cortesanos abusaron de ello.

Se perfumó de todo, especialmente accesorios y joyas, aretes, collares, pulseras y anillos, que se recubrían con una pasta aromática de almizcle; se trabajó la piel perfumada para elaborar guantes, cinturones y zapatos; se perfumaron pañuelos y abanicos, botones, las costuras de los vestidos y las mismas telas con las que se hicieron esos vestidos. Los elegidos: almizcle, ámbar y algalia, en ocasiones recubiertos de hilo de oro. Resulta representativo el retrato de Juana de Austria por Alessandro Allori, en el que la archiduquesa lleva a modo de aretes en las orejas dos frascos de perfume, en clara alusión al artilugio más venerado. Las cuentas de los collares se rellenaban de almizcle y los paternóster se hacían con ámbar gris. Las ropas se lavaban con agua de lavanda y se perfumaban con polvos de rosa damascena.

Catalina de Médici tuvo una atracción especial por la algalia, una sustancia muy cara que solo los nobles podían adquirir, que guardaba en cofres preciosos hechos de marfil. La civeta de Catalina provenía de su colección privada del castillo de Chenonceau o "castillo de las damas" que, por cierto, fue regalado por el rey Enrique II, esposo de Catalina, a su favorita Diana de Poitiers, un obsequio que tuvo que ser devuelto por exigencias de "la florentina" cuando se convirtió en regente de Francia. Hablando de la florentina Catalina, dicen que fue quien introdujo en Francia el guante perfumado, especialmente de piel española, elaborados con gamuza empapada en esencia de flor de naranjo, rosa, sándalo, lavanda, verbena, bergamota, clavo y canela, finalmente recubierta con algalia y almizcle. Se decía que el adobe de la piel española era, de todos los perfumes, el más parecido a la piel humana y, por tanto, el más sensual. Fue tal el dominio del trío olfativo: almizcle, ámbar y algalia, que no es de extrañar que poco más tarde, los que en principio exaltaban sus nobles virtudes, terminaron alzándose en contra del

tan irreverente absolutismo, hasta el punto de convertirse en emblema de la decadencia y la obscenidad.

Siguiendo con Catalina, procedente de Florencia, donde las damas de linaje siempre llevaban perfumes y donde todos los conventos tenían un fraile alquimista, no solo introdujo en la corte francesa los venerados guantes, sino toda una cohorte de cocineros, damas de honor, lacayos y sirvientes, además de un perfumista, Renato Bianco —René el florentino— y un alquimista, Cósimo Ruggieri, ambos artífices de la verdadera historia aromática de la reina. Tanto que puede que apuntalasen los cimientos de esas "cortes perfumadas" que más tarde atribuirían al Rey Sol, Luis XIV.

Catalina de Médici con el alquimista Cosimo Ruggieri, Jean Lulvès (siglo XIX).

Sea como fuere, de Catalina todo parece ser un misterio salvo las abundantes fábulas en torno a su figura, que no parecen del todo ciertas, como que si aprovechó la excusa de los guantes para envenenar con cianuro a sus enemigos (por lo que la llamaron Madame Serpent*).* Lo que sí parece cierto es que sus decisiones estaban muy influenciadas por su alquimista, mago y astrólogo, en quien ponía el destino del reino (dicen que fue muy supersticiosa, obsesionada de la astrología, no tomaba ninguna decisión sin consultar antes con los astros) y su fiel perfumista, que aprovechando la coyuntura, montó su primera perfumería en París y fue el inicio de una gran saga de maestros perfumeros en la capital francesa.

La reina Catalina fue la primera en imponer hábitos de higiene a una sociedad poco pulcra y también fue artífice de la innovación gastronómica en

Francia y de la introducción del exquisito aceite puro de oliva de la Toscana. Reconocida *gourmet*, no solo rubricó los mejores festines de la época, con ciertos aires otomanos, con sus aspersiones de aguas florales al comenzar y sus palillos de menta y jazmín servidos en bandeja de oro al terminar; sino por introducir nada menos que el tenedor, que ella había conocido de ciertos mercaderes venecianos que lo trajeron de la refinada corte de Constantinopla, un curioso artilugio diseñado para la bella emperatriz Theodora Ducas, que no soportaba comer con las manos y crearon para ella una especie de pincho con dos púas. De oro, eso sí.

Entre olores y hedores, la realidad olfativa de Versalles

La botánica se convirtió en el pasatiempo favorito de muchos europeos porque ofrecía la promesa de salubridad, un ideal que dio preponderancia a la nariz y la "arquitectura del olfato", aplicada a esos espacios saludables diseñados en exuberantes entornos: los jardines. Una teoría que cogerá cuerpo en los albores del XIX, cuando el sentido más denostado desde la Antigüedad comenzará a adquirir un valor inusitado. Los jardines se convirtieron en la vía de escape de las narices aristocráticas hastiadas de la pestilente atmósfera de las urbes. Fue la época del *¡agua va!*, en sentido literal, una expresión muy castiza que se extendió más allá de las fronteras de España. Todo apestaba. Desde los orines y materia fecal que se diseminaban por las embrionarias callejuelas y los más recónditos rincones, a las sustancias utilizadas para blanquear tejidos, los adobos de las curtidurías o los restos animales de los mataderos y los mercados de abastos. Y los hedónicos jardines vinieron a dar cuerpo, forma y prestancia al huidizo aroma que se alza por el humo (*per fumum*).

Eran un perfume en sí mismos, réplicas del Edén, según el islam. Cargados de flores y arbustos, de fuentes y fauna. Desde los idílicos jardines colgantes de Babilonia y los de Samarcanda, a los místicos espacios chinos y japoneses regidos por el *feng shui* y el zen, los aristocráticos vergeles europeos, los *hortus* romanos o los huertos monásticos. Toda civilización, en cualquier momento de la historia, ha atesorado un jardín, como alegoría del mismísimo paraíso. El perfume en su versión real, despojado de su carácter invisible y efímero. Jardines lujuriosos, donde la naturaleza desbocada estallaba dejando al descubierto toda su sensualidad. Un espacio fragante, en definitiva, en el que uno siempre se sentiría a salvo.

Porque, abordar el olor de las cortes europeas no es un tema baladí… Todas tenían "lo suyo" y una nota común, nunca mejor dicho: el gusto por las

fragancias finas y toda suerte de artilugios aromatizados para remediar tanta pestilencia. La falta de higiene en el mundo occidental, ocasionada por la prohibición del baño por imposición cristiana y los consejos médicos pospeste, continuó desde los tiempos medievales hasta el periodo de los Tudor. Ello, unido a la precaria urbanización, alcantarillado e incorrecta distribución de las aguas, generó una atmósfera de difícil digestión. Lo que fomentó todo tipo de alternativas fragantes capaces de "enmascarar" los olores desagradables y aniquilar los insalubres.

El agua de Carmelita (1611), *eau de Carmes* o agua del Carmen, formulada por las monjas carmelitas francesas, un preparado a base de melisa, se postuló como remedio eficaz profiláctico y aromático durante siglos. Pero el caso más paradigmático de cortes malolientes y al mismo tiempo ultrafragantes fue el de el gran Versalles. El rutilante palacio escondía entre sus muros una hedionda realidad: se había construido sobre unos antiguos pantanales, unas cloacas sempiternas que expandían por doquier su cruda realidad olfativa. Todas las emanaciones perniciosas que uno se pueda imaginar. Y no solo eso: "Mendigos, sirvientes y visitantes aristocráticos utilizaban las escaleras, los pasillos y cualquier lugar apartado para aliviarse", escribió el británico Horace Walpole, un aristócrata que describió el palacio de Versalles como un "gran pozo negro", cuyo olor se aferraba a la ropa y a todo cuanto rozase, del mismo modo que lo hacían las sustancias animales, como el almizcle o la algalia. Puede que fuese la razón de por qué fueron tan preciadas, porque ninguna otra sustancia aromática sería capaz de achicar tanta fetidez.

En aquella época, la limpieza se concebía en términos de purificación y protección contra los malos olores, y los perfumes fueron llamados para jugar un papel fundamental. Los médicos creían que con los perfumes podían eliminar los desechos del cuerpo y establecer una barrera protectora entre la piel y el aire pestilente. Lo que se temía en los siglos XVII y XVIII no era la inmundicia en sí, sino la obstrucción de los órganos por humores, fermentaciones estancadas y emanaciones fétidas. La verdadera inmundicia no eran los piojos y las pulgas, sino la corrupción interna y los miasmas. Los perfumes tenían, en términos de higiene interna, un papel comparable al de la sangría y la purgación. Al prevenir la plétora contribuían a la limpieza de los órganos y de la sangre (Le Guérer, 1999). No es de extrañar que una de las composiciones particularmente famosa entre los productos de tocador fuese el Agua de la Reina de Hungría para "protegerse del mal aire", de la que abusaron desde Madame de Sévigné a la marquesa de Maintenon. Sus beneficios profilácticos, antitumorales, antireumáticos, además de la promesa de rejuvenecer la piel, desbloquear los nervios, tonificar los sentidos y aliviar

las migrañas, la convirtieron en la receta de elección a falta de agua.

En el Barroco, la limpieza estaba asociada a la apariencia. El ritual matutino de Luis XIV consistía en una limpieza en seco con paños perfumados y abluciones de rostro y manos con vinagres aromáticos, para luego enfundarse de su ropa interior de lino. El lino fue lo más cercano a la higiene, era lo que estaba entre la piel y el pútrido exterior, lo único que se podía lavar con frecuencia. Su decente blancura determinaba su pureza (Vigarello, 2019).

Esa lógica común entre la ciencia médica y el arte perfumista se encontró en el uso de productos animales y minerales que reforzaban los poderes del perfume. Para potenciar los productos aromáticos, los médicos y boticarios no dudaron en utilizar numerosas sustancias extraídas del reino mineral y animal, una tendencia muy alquímica. En cierta ocasión, un médico preparó para Luis XIV un ungüento compuesto de bálsamo de Perú, esencia de hormiga y aguardiente de cangrejo de río que, lejos de ser una simple fantasía, seguía cierta lógica. La introducción en preparados aromáticos de pulmón de zorro, hígado de lobo, grasa de oso, lombriz o escorpión, polvo de cochinilla, cenizas de salamandra o cuerno de venado, oro, plata o perlas, o incluso sangre, orina y excrementos, tenía como objetivo potenciar los aromas y reforzar las partes comprometidas, equivalentes a las sustancias añadidas. Se creía que así se podían capturar las energías de estos ingredientes y llevarlas al interior de los organismos enfermos o amenazados. Del mismo modo que la adición de carne de víbora a la famosísima triaca o teriaca griega confería a este complejo preparado aromático un poder antiveneno (Le Guérer, 1999).

“Lo similar cura lo similar”, una máxima que vertebra la práctica homeopática que, por cierto, se desarrolló en Alemania en el siglo XVIII. El olor es, de hecho, “el alma de la medicina” (Dagognet, 1952). Esta era una certeza tal para los médicos de la época que Antoine-François de Fourcroy, miembro de la Real Sociedad de Medicina y profesor de química en el jardín del Rey, estableció, poco antes de la Revolución, una clasificación de los medicamentos según su olor. Su nomenclatura incluía siete clases. Desde los remedios ambrosiales que, gracias a su olor penetrante y muy activo, tenían una acción estimulante sobre los nervios y el corazón; el ámbar gris, el almizcle, la algalia y el sándalo, con las mismas virtudes; o los remedios fragantes con flores, como la azucena, el jazmín, el nardo o el azafrán, que conseguían estimular al instante.

Una ciencia que pareció convencer al Rey Sol, que profesó verdadero amor por las fragancias, aunque quizá no fue solo una cuestión de amor, sino de pura necesidad. Necesitó tantas para paliar el hedor de su ostentoso palacio que acabó por aborrecerlas. Puede que la mezcla entre tufo fecal y aromas

animálicos terminasen por desmoronar sus fosas nasales hasta el punto de provocarle tamañas migrañas. Lo único que logró calmar al rey fue el agua de azahar. Tanto que erigió L'Orangerie du Roy [141] (la naranjería del rey, también llamado el invernadero), un espacio ajardinado que parecía recién sacado de un cuento de hadas, repleto de naranjos que satisfarían las necesidades del monarca. Para poblar el invernadero, el rey reunió todos los naranjos de las casas reales y adquirió nuevos árboles en Italia, España y Portugal. Pronto pudo enorgullecerse de poseer la colección más grande de Europa. Confirió tal carta de nobleza al arbusto chino que, a partir del siglo XVII, el naranjo pasó a vincularse definitivamente con el refinamiento francés, como relata la obra de 1685, *Las delicias de Francia*: "Había que colocar la flor de naranjo alrededor de los parterres, decorar con ella las habitaciones, cubrir las alcobas con sus flores, aplastarlas con los pies para que soltasen su aroma, rellenar los cojines, lavarse las manos y bañarse en agua perfumada, poner sus flores en los alambiques para extraer su esencia más pura, y mojarlo todo con ello, incluidas las servilletas, la ropa, los sudarios, las camisas, las medias, las zapatillas y todo lo demás".

El agua de azahar se esparcía por las fuentes de Versalles, se hacían abluciones con ella, incluso el rey las irrigaba mediante jeringas de plata macizas (Guiffrey, 1886) en sus aposentos. En aquella época, apenas se aplicaba perfume sobre la piel, dadas las teorías médicas, ni siquiera sobre la ropa. Los pañuelos empapados, los guantes perfumados, el cuero perfumado o los abanicos debían ser suficientes para dispersar las fragancias elegidas. Pero el agua de azahar tuvo otro estatus, ya que se consideró remedio aromático", se aplicaba sobre la piel y también se podía ingerir.

> Preferido al aroma de la rosa, el del naranjo parece rivalizar con la sutileza del jazmín y ahora es más llevadero que el del ámbar y el almizcle. Se trata de un veredicto que decide el destino de los olores fuertes, de los animales, que dominan la perfumería al menos desde principios del Renacimiento. Sin embargo, el progresivo triunfo del agua de azahar forma parte de un proceso que convenientemente podemos calificar de "civilización de los perfumes": se trata menos de enmascarar los olores naturales del cuerpo con poderosas fragancias que de dejar una estela agradable. Un signo de higiene, respeto por uno mismo y los que le rodean. Esta lógica olfativa, que va de la mano de un orden curial y burgués, parece implantarse en la corte de Luis XIV en el mismo momento en que la flor del naranjo era objeto de locura universal [142].

Esta "obligada" propensión del rey jugó en contra de las aristocráticas notas animálicas, preponderantes durante toda la Antigüedad y bien entrada la era moderna, y supuso un punto de inflexión en el gusto aromático. Aunque siempre se resistieron al desahucio, almizcle, ámbar gris y algalia seguirán como reductos del boato, pero llevarán la batuta las notas florales, un gusto que se agudizará en los dos siglos venideros. A pesar del hedor en Versalles, nada impidió la búsqueda de la belleza y el placer sensual, por lo que el arte

de las apariencias alcanzó su máximo apogeo en la corte del Rey Sol. Una nueva estirpe empezó a surgir entre los damascos y artesonados de la corte: las *preciosités* y los *cicisbei*, los que se encargaron de adornar y recargar el lujoso modo de vida de los círculos aristocráticos.

El "preciosismo" fue impulsado por la marquesa de Rambouillet y más tarde Madeleine de Scudéry, de cuyos excesos burgueses hasta se mofó el mismísimo Molière: "Esas preciosas ridículas". Supuso todo un movimiento cultural en el que las mujeres fueron protagonistas. Entre el Louvre y las Tullerías, la *chambre bleue* del Hôtel de Rambouillet [143] fue escenario de estas preciosas acompañadas de filósofos, artistas, pensadores y toda una cohorte de influyentes, como bien representó el pintor François Hippolyte Debon en su obra *Le salon dans l'Hôtel de Rambouillet*. En la "sala azul", la marquesa recibía recostada en su diván (como fue costumbre recibir en aquella época) a las mentes más ilustres del XVII, como Richelieu, Balzac o Vincent Voiture, entre otros muchos. En esas recepciones se hablaba de igualdad de género y amor libre, de arte, de literatura y de cualquier tema que fuese de interés, porque alto nivel cultural tenían mucho. Aunque el exceso de maquillaje y adorno las hizo parecer un tanto pedantes y frívolas, con el tiempo este movimiento fue incluso respetado y considerado un verdadero acto de modernidad y feminismo. Una práctica que incluso epató al Rey Sol, que lo llamaban "el borracho pintarrajeado".

Retrato de una dama, Jean Marc Nattier (siglo XVIII).

Fue tal la cantidad de maquillaje que se usó que las pieles se ajaron y se veían jaspeadas, completamente avejentadas. Para ello tenían que usar

cantidades descomunales de aguas de flor de lis, nenúfar o flor de haba. La sobredosis de colorete la puso de moda la condesa de Montespán, la favorita de Luis XIV, con su gusto extremo por los excesos. Molière también censuró el abuso de aguas y ungüentos que empleaban cada día para mantener sus pieles en condiciones. Aunque el gasto en *rouge* fue superior. Los más vendidos en Francia fueron los *à la reine*, fabricados por Sieur Dubuison. El frenesí del rojo, desde el carmesí al bermellón, quedó capturado por los retratos de la época, como el de Jean Marc Nattier en *Retrato de una dama*, donde se ve con precisión no solo la intensidad del *rouge*, sino el gusto en su aplicación: debía ser mediante círculos generosos marcando toda la mejilla, para expresar juventud y excitación sexual. Un rojo aristocrático que no dudaron en utilizar también los hombres, tan adornados y peripuestos que, de no ser por el *culotte*, parecerían damas. El *cicisbei* es un término italiano para designar apuestos caballeros que "acompañaban" a las damas de alta sociedad a fiestas, teatros o recepciones. Hacían compañía, escuchaban confidencias y atendían a la dama en todo lo que pudiera necesitar; incluso intimar en la cama, si el esposo aceptaba, *bien sûr!* El libertino seductor Giacomo Casanova podría constituir el mejor ejemplo, de apariencia pomposa y extravagante, de maneras superlativas y ademanes artificiosos. *Cicisbeis* [144] y *preciosités* pusieron no solo la nota de color en la realeza y la aristocracia, sino que marcaron una fuerte brecha entre lo imaginario y lo real.

Una buena captura, Cesare Agostino Detti (siglo XIX). El caballero de la escena bien podría representar a los artificiosos cicisbeis o "chichisbeos" de exacerbado amaneramiento, pendientes de las damas, propicios al cortejo.

A mediados del XVIII, Rousseau comenzó a preconizar sus ideas de sencillez luterana y María Antonieta, la próxima reina de Francia, se traerá de su Austria natal una belleza natural y menos artificiosa como bien representó su pintora de cámara, Marie Louise Élisabeth Vigée Lebrun, quien, además, la inició en el estilo *négligé élégant*, con esas vaporosas camisolas avolantadas ceñidas con una simple cinta de satén. La tendencia hacia lo natural se empieza a hacer patente. Del Barroco se pasó al Rococó, el estilo definitorio de Luis XV y sus espacios *a la rocaille*, con su exceso floral de tonos pastel y sus frondosos jardines "a lo Fragonard", iniciarían una nueva era en Versalles. Las damas de la corte, desde reinas a concubinas, se hacían retratar rodeadas de flores, desde Isabel de Farnesio, siempre buscando la asociación con la flor, a Madame de Pompadour, con sus faldas abullonadas repletas de guirnaldas. A partir de 1770, "almizclar" o "algaliar" los pañuelos cayó en desuso, y esa caída fue directamente proporcional a la percepción del olor, de suavísimo a muy violento. La nueva cultura del perfume de las élites de la época derivó hacia el sensualismo y lo natural. Seguían vigentes con fuerza las teorías miasmáticas que erigían al mal olor como causa de las enfermedades.

> Presos de una furibunda obsesión olfativa, se lanzaron a la ciudad a olisquear, husmear y detectar el hedor de la enfermedad y la muerte (Oliván Santaliestra, 2012).

Para detectar los miasmas, los médicos se vieron obligados a utilizar los sentidos, especialmente el del olfato, que comenzó a cobrar un valor inusitado. Los olores intensos se comenzaron a percibir como símbolos de infección, sinónimo de enfermedad. La sífilis tenía un olor avinagrado; la escrófula, a cerveza agria; y el reumatismo, un matiz agridulce penetrante. La ecuación "olor fuerte igual a peligro" generó una paranoia olfativa que destronó al panteón de los aromáticos más ilustres, no solo por su valor fragante, sino por sus cualidades medicinales que se echaron por tierra.

En España, Carlos III inició un arduo proceso de desodorización para liberar a Madrid de su pestilente atmósfera; una reestructuración que hizo a Sabatini idear un amplio proyecto de saneamiento y limpieza, ubicando los cementerios —semilleros de putrescina, cadaverina y otras moléculas malsanas— a extramuros, apartándolos de las iglesias como era costumbre hasta el momento. Del mismo modo se realizó en otras ciudades europeas. Se pavimentaron los suelos pues se pensaba que muchos miasmas provenían de la tierra, lo que impulsó el auge de las nuevas urbes y aceleró su férreo proceso de desodorización.

De los polvos mil flores al Bouquet du Trianon, la algarabía floral

de María Antonieta

Puede que la inocente María Antonieta preludiara el devenir del perfume una centuria más tarde, cuando su sombrerera personal, Rose Bertin, hizo que las flores de seda finamente elaboradas que consiguió en un convento italiano fueran cuidadosamente perfumadas por Jean-Louis Fargeon, un eminente perfumista de Montpellier, para que su olor fuera indiscernible al de la flor real; un artificio alquímico del más alto nivel (De Feydeau, 2006). Pero no adelantemos acontecimientos. La melindrosa María Antonieta, esposa del delfín de Francia, Luis XVI, no tuvo una buena acogida en la corte cuando llegó en 1770, donde sarcásticamente la llamaban *l'autre-chienne*, una paranomasia en francés de las palabras *autrichienne*, 'austriaca', y *autre chienne*, 'otra perra'. Su carácter caprichoso, derrochador y vanidoso no fue de gran ayuda para ganarse los favores del pueblo, que pronto la empezarían a llamar Madame Déficit. Su extrema juventud, belleza e inteligencia avivaron las envidias, codicia y suspicacias de una nobleza versallesca ya de por sí bastante movidita. No solo tuvo que lidiar con Madame du Barry, la favorita del rey, sino con la odorífera herencia que había dejado Luis XV, quien hizo de la moda de los perfumes una verdadera epidemia; la etiqueta de la corte prescribía el uso de un perfume diferente cada día, un hábito que, no en vano, desembocó en el apelativo de "la corte perfumada".

Bajo el reinado de Luis XV, la corte de Versalles fue el espejo en el que se miró toda Europa. Ordenaba perfumar las estancias de las amantes con almizcle, el polvo a la mariscala [145] embadurnaba las pomposas y peliagudas pelucas blancas, un aroma que gozó de tanta gracia que pronto se formularon versiones líquidas, las aguas a la mariscala, recetas empolvadas, especiadas y penetrantes (iris, rosas de la Provenza, bergamota, angélica, clavo, canela, benjuí y almizcle, entre otros) que todo perfumista debía llevar en su repertorio. Las pelucas empolvadas, signo irreprochable del boato de Versalles, no solo se estilaron en Francia, sino en el resto de las cortes europeas. Una herencia ricamente perfumada que le vino de su antecesor, Luis XIV, el verdadero mecenas del perfume en Versalles (a pesar de causarle migrañas). El Antiguo Régimen quedó estigmatizado con el hedor de las cortes, el empolvado de las pelucas y las pesadas notas animales que lo impregnaban, todo dejando una cansina huella difícil de borrar, azuzando la memoria olfativa. Reminiscencias olfativas arcaicas que quedaron impregnadas en el inconsciente colectivo, que rápidamente despierta vinculando esos aromas vetustos con "señoras ancianas". Una estela anticuada que molestó sobremanera a los remilgados del XIX, demasiado sensibles para tolerar olores tan fuertes.

Con María Antonieta todo cambió. El refinamiento de la austriaca, su exacerbado gusto por el lujo extremo, la moda y la fragancia fina y floral definieron la evolución de la última mitad de un siglo que acabó en revolución (sin ánimo de hacer *spoiler*). Pero lo interesante de María Antonieta no fue tanto su pasión por las aguas florales —que también—, sino por convertirse en embajadora del perfume artístico, un distintivo que obtuvo gracias al *savoir faire* de su gran maestro perfumista, Jean-Louis Fargeon, el joven de Montpellier formado en el arte de la perfumería por su familia, que llegó en 1773 a París, una ciudad que olía realmente mal, cargado de sueños, ambiciones y el anhelo de alcanzar la gracia de su majestad, para multiplicar su fama. La propensión de Fargeon fue embellecer a la mujer y conservar la frescura de su tez, por lo que tuvo un alto conocimiento cosmético, una ciencia que, para él, estaba íntimamente ligada al arte de la perfumería. Los encargos de Fargeon no pasaban de polvos mil flores (los favoritos de la reina), vinagres de tocador, aguas de Chipre, a la mariscala o a las hierbas de Montpellier, en las que dominaba el tomillo, *sultans* (pequeñas bolsitas perfumadas), aguas de limpieza, jabones, pastas y pomadas. Pero soñaba con ir más allá y hacer composiciones realmente revolucionarias.

Fiel a una de las especialidades de Montpellier, fabricaba guantes, los teñía y los perfumaba "a la manera de la Provenza" con un *bouquet* floral (azahar, rosa, nardo, jazmín…). Montpellier tuvo mucha fama en la fabricación y el adobo de guantes, mucho antes que Grasse, a pesar de que la historia siempre le cede la autoría. Curtía con mirto, que teñía y desodorizaba según la práctica italiana. La aclamada "agua de ángel" también se hacía destilando flores de mirto, muy demandadas por su rico olor y como magnífica loción para limpiar y reafirmar la piel. Pero, poco a poco, Montpellier fue decayendo en favor de la ciudad provenzal que, además de obtener el favor real del Delfín, vio ampliar su gremio de *gantiers-parfumeurs* debido a las migraciones y el cultivo de especies aromáticas en el que se especializó.

Pronto acaparó todo el protagonismo y Grasse pasó a ser "el epicentro del perfume". Ser perfumista de Grasse fue como tener "pedigrí", la certeza de calidad. Una de esas familias perfumistas de Grasse que empezó con el arte de los guantes y terminó como proveedora de la aristocracia francesa fue la Maison Rancé. Sus creaciones tuvieron fama de ser extremadamente refinadas y modernas, tanto que años más tarde le valió el favor de Napoléon, convirtiéndose en su perfumista más preciado. Jean-Francois Houbigant fue otro de esos destacados perfumistas que se ganó el favor de la corte de Versalles, gracias a sus descubrimientos innovadores en la formulación que terminó revolucionando la forma de hacer perfumes. Houbigant enseñó a las damas de la corte cómo perfumar sus abanicos para que con tan solo un aleteo

fragante fuera capaz de enviar un mensaje romántico. Ambas, Rancé y Houbigant, resistieron los envites del tiempo y la sobresaturación de una industria que cada vez cuenta con más marcas y creadores, y siguen ofreciendo su saber hacer tras varias generaciones.

Fargeon vio cambiar su suerte cuando le contrató la viuda de Vigier, para que se encargase de su pequeño negocio de perfumes. Poco a poco, se fue haciendo hueco entre las nobles y damas de alto nivel, y consiguió ir a Versalles a presentar sus creaciones a Madame du Barry, la predilecta de Luis XV. Le enseñó un agua de Chipre, compuesta por jazmín, raíz de angélica, rosa y nerolí, en tres nueces moscadas machacadas y 30 gotas de ámbar, tan exquisito que incluso era del agrado de quienes odiaban el ámbar (De Feydeau, 2021). Al ver su entusiasmo, le mostró otra composición mucho más audaz: nerolí, iris, macis y biznaga infusionadas en aguardiente de coñac ("agua sensual" lo llamó), con lo que conquistó a la condesa.

Ya había conseguido entrar en Versalles, ahora quedaba llegar a la reina. Para ello se sirvió de su íntima amiga, la princesa de Guémenée, que los puso en contacto. ¿Cómo podría sorprender a su majestad? Pues con unos guantes perfumados, la especialidad de Montpellier que Fargeon llevaba tiempo practicando para mejorar la técnica. María Antonieta encargaba al menos 18 pares al mes al perfumista real, Prevost; qué mejor manera de epatarla que con unos guantes personalizados, adaptados a la hípica, su afición preferida. Eligió un tono gamuza, que iba bien con su traje de amazona, y los perfumó con flores simples: violeta, jacinto, clavel rojo carmesí, junquillos almizcleros, con los que hizo una especie de *enfleurage*, dejando los guantes entre capas de flores durante varios días, con una capa de cera virgen, aceite de almendras y agua de rosas para suavizar su piel (De Feydeau, 2021); debían tener las mismas propiedades de los guantes cosméticos que las damas se ponían durante la noche para embellecer sus manos. María Antonieta quedó impactada, pero los siguientes encargos a Fargeon no pasaban de mezclas para enriquecer el baño, bolsitas perfumadas o aguas olorosas de rosa, violeta, jazmín o nardo, obtenidas por destilación con espíritu de vino, después de una infusión más o menos prolongada; los "espíritus penetrantes", que llamó la reina, un proceso complejo de destilación, muy costoso, pues exigía mucha materia prima y muchas horas de trabajo.

El punto de inflexión llegó cuando el Delfín regaló a su dulce esposa el Petit Trianon, un jardín anglochino repleto de flores y especies botánicas para que pudiese tener una vida campestre, que tanto anhelaba, lejos de las exigencias de la etiqueta de palacio. Aquel frondoso espacio se convirtió en el refugio de la reina, que llegó a ampliar con otras especies importadas, como duraznillos, almendros de India o el árbol de Judea. Las flores lo invadían

todo, en forma de guirnaldas o adornos improvisados. Un día la reina llamó al perfumista y le dijo: “Sr. Fargeon, espero que ponga mi Trianon en un frasco. Quiero tanto a este lugar, que deseo llevarlo conmigo a todas partes” (De Feydeau, 2021). Dicho y hecho. Capturó todas flores del pequeño refugio: flor de naranjo, cidra y bergamota, naranja, gálbano, iris, violeta, jazmín, azucena…, con una base de cedro y sándalo, ámbar, almizcle y una pizca de benjuí. Pero no podía faltar el nardo tuberosa, una flor que por alguna razón ejercía un extraño poder sobre la reina. ¿Cómo le podría gustar tanto una flor que cuando se marchitaba tomaba el olor a la carne en descomposición? Fargeon decidió echar unas pocas gotas para que no dominase el perfume y no se produjese ese extraño efecto cuando la flor perecía. Curiosamente, cuando la familia real fue obligada a residir en las Tullerías, poco antes de su decapitación, Fargeon visitó a María Antonieta, que llevaba su Bouquet du Trianon [146]. El perfumista percibió cierto aroma acre en la piel de la reina, como si el nardo presintiese su cruento fin y decidiese iniciar su particular llanto…

Capítulo 6

La revolución sintética

La alegoría del olor

en el recato victoriano La imaginación supera lo natural, y el olfato es su motor privilegiado. El escritor francés Étienne Pivert de Senancour describe una fría y aburrida mañana de marzo cuando pasó junto a un único narciso en flor: Es la expresión de deseo más fuerte y fue la primera fragancia del año. Vislumbré toda la felicidad destinada al hombre. Esa indescriptible armonía de la creación, la visión del mundo ideal, se completó dentro de mí; Nunca había sentido algo tan repentino e inspirador. No sabría decir qué forma, qué semejanza, qué sutil asociación me sugirió en esta flor una belleza ilimitada, la expresión, el refinamiento, la pose de una mujer feliz y sencilla en toda la gracia y el esplendor de los días del amor. No puedo imaginarme ese poder, esa inmensidad que nada concreto puede mostrar; esa forma que nada puede revelar; esa concepción de un mundo mejor que puede sentirse, pero nunca encontrarse en la naturaleza; ese resplandor celestial que pensamos captar, que nos cautiva y embelesa, y que no es más que un fantasma intangible, vagando por el mal camino en profundidades de oscuridad. El mundo imaginado en el placer del olfato no se puede encontrar en la naturaleza.

Esta última frase de Senancour revela y sintetiza esa tendencia de la sociedad del XIX, en primer lugar, de ensalzar uno de los sentidos a los que menos atención se le había prestado hasta el momento, haciéndolo cómplice

de la imaginación, la única capaz de engendrar placeres; y, en segundo lugar, considerar que la naturaleza en sí misma no es capaz de aportarnos lo que el olfato nos puede inspirar. Por tanto, habrá que inventarlo.

El arte, sin duda, fue uno de esos receptáculos del nuevo pensamiento; un movimiento que ya se venía gestando desde siglos anteriores a consecuencia de las teorías miasmáticas y la asociación de olor (hedor) con enfermedad. Significativo resulta el lienzo de Philippe Mercier *El sentido del olfato*, donde todos los elementos están presentes para ser olidos. El melón que el muchacho sostiene en su mano; el can que olisquea el ave sobre la roca; o el ramillete de flores que la muchacha da a oler al más joven. Todos ellos muestran en sus rostros la sensación de que, en esos momentos, el único protagonista es el olfato. Parecen estar concentrados, anotando mentalmente todas esas sensaciones únicas que la algarabía olfativa les puede producir. Un punto de inflexión, sin duda, en el arte, que hasta el momento hacía como única protagonista a la vista. El arte estaba creado para ser visto, pero ahora también olido. Surgieron numerosas obras con damas oliendo flores, ejemplo superlativo es *Alegoría del olfato* de Jan Brueghel el Viejo y Rubens, un jardín idílico repleto de todos los elementos relacionados con el perfume.

Desde el amorcillo que ofrece un ramo a la Venus coronada con flores y guirnalda en su mano, todo el elenco botánico entre flores, árboles y arbustos, y detalles más concretos como una civeta, pequeños frascos perfumeros y una caja de ungüento que la Venus mantiene a su lado, unos guantes perfumados junto a un paternóster posiblemente enfilado con cuentas de ámbar gris, varios alambiques destiladores o lo que parece ser un pebetero o quemador de perfumes

El sentido del olfato, Philippe Mercier (circa 1745).

Los olores por sí solos son sensaciones débiles.

Mueven la imaginación más que los sentidos y nos afectan no tanto por el cumplimiento como por la expectativa (Jean-Jacques Rousseau).

"Hubo un tiempo en el que en Francia se buscaban perfumes hechos con almizcle, ámbar gris y algalia, pero han caído en desgracia, pasados de moda, ya que nuestros nervios se han vuelto más delicados", expresó el filósofo y escritor francés Louis de Jaucourt. La "delicadeza" de los nervios y cierta sensibilidad estética en relación con lo olfativo se hace patente en este siglo por la creciente preocupación por la salud y la higiene pública, correlativas al ascenso del moralismo victoriano. En el discurso erudito se empiezan a desacreditar las propiedades saludables de las fragancias y, más radicalmente, a considerar el uso de perfumes potencialmente tóxico y aberrante, especialmente el almizcle, "esa bestia negra", "el perfume de los obscenos, signo de depravación e inmoralidad por su carácter escatológico y anal", según Alain Corbin (1982). Esa creciente sospecha hacia el perfume y la vigilancia sobre su implementación y proximidad al cuerpo coincidieron con cierto temor a que mujeres de todas las clases pudieran dejar su rastro olfativo en espacios más allá de la privacidad del *boudoir*. Las nuevas reglas de comportamiento imponían "no abrumar". Aunque las advertencias sobre la toxicidad moral y biológica del perfume a menudo fueron exageradas y fruto de la paranoia, hubo un ejemplo que ciertamente estuvo a la altura de esos temores: Lance parfum Rodo (*odor* al revés), un dispositivo inusual que surgió como pura serendipia de las probetas del laboratorio farmacéutico y causó furor como fragancia. La sensual muchacha que lo promocionaba en el cartel publicitario de Alfons Mucha [147] no parecía presagiar lo potencialmente peligroso que el invento fragante podía ser. Patentado por el fabricante de productos químicos (tanto para la industria farmacéutica como la perfumista) la *Société Chimique des Usines du Rhône,* el Lance parfum Rodo fue un dispensador de cloruro de etilo (utilizado como anestésico) que conservaba la sustancia en un coqueto y práctico vial de vidrio portátil de un solo uso, muy similar a las ampolletas médicas.

Un día, la esencia de violetas sintética que también fabricaba la sociedad se derramó en el cloruro de etilo y dijeron *¡eureka!* Al igual que el prototipo médico, el Lance parfum era un sistema de proyección portátil de cloruro de etilo (ahora perfumado) que se liberaba automáticamente cuando se rompía el sello de metal. Cuando el cloruro de etilo líquido, una sustancia volátil, se encuentra con aire caliente, se evapora, de ahí el *claim* publicitario del cartel de Mucha "sin mojar ni manchar la ropa". Su reducido tamaño, su intenso aroma y la practicidad de su formato hicieron del *lanzaperfumes* todo un reclamo que, además, se formuló con distintos aromas: heliotropo, violetas, jacinto, agua de colonia, lilas, lirio de los valles o Peau d'Espagne, un aroma con reminiscencias de los guantes perfumados. No solo resultaban narcóticos

sus aromas, sino sus efectos. Para promocionarlo, se movilizó intensamente en el Carnaval de Río de Janeiro, donde, según se informó, los usuarios sufrieron intoxicaciones, alucinaciones y problemas cardíacos, incluso muertes, debido al uso abusivo, hasta que terminó siendo prohibido a mediados del siglo XX. Con este curioso caso se confirma que, a veces, los temores se pueden convertir en realidades de tanto temerlos.

Lance Parfum "Rodo", Alfons Mucha (siglo XIX).

'Floriografía', un simbólico lenguaje olfativo

En la época victoriana, la pasión por las flores "floreció" más que nunca. Un fervor un tanto incoherente, teniendo en cuenta que fue el siglo donde las flores se diseccionaron, se desmontaron, molécula a molécula, para gestar versiones químicas, yermas de beneficios vibracionales, reemplazando el jardín de las hierbas por laboratorios artificiales como proveedores de materia prima. Aislando compuestos y sintetizándolos en versiones frígidas y quiméricas de esas flores que un día tanto amaron. Se echó por tierra la vieja teoría de que solo el "aura" de las plantas afecta a nuestro aura o campo vibracional, ejerciendo una influencia psíquica o "mágica" sobre el ser humano. Puede que tales propensiones se convirtieran en el germen de las futuras sociedades desarraigadas, desconectadas de la naturaleza, de esa madre fértil que siempre les dio cobijo. Sea como fuere, el arte botánico decoró la sociedad decimonónica. Un exuberante repertorio floral invadió los

lienzos de los prerrafaelitas, como Dante Gabriel Rosssetti, con sus divas jalonadas por vibrantes guirnaldas de rosas, lirios y flores de almendro, haciendo un sutil paralelismo entre la belleza femenina y la magnificencia botánica, símbolos, ambos, de exuberancia y erotismo. La expresión "díselo con flores" cobró aquí su mayor autenticidad. El excesivo recato y los estrictos códigos de relaciones personales en los que demostrar afecto era ilícito, hicieron que "floreciese" un lenguaje oculto, un nuevo idioma que solo los entendidos podrían captar. Se denominó floriografía, y si bien tuvo su gran impacto en la sociedad victoriana, se originó durante el periodo georgiano. Los historiadores lo atribuyeron a una mujer, Lady Mary Wortley Montagu (1682-1762), aristócrata, poeta y escritora inglesa, esposa de Sir Edward Wortley Montagu, embajador británico en el Imperio otomano, que escribió extensamente sobre sus exóticos viajes por aquellas tierras, donde desarrolló su obsesión por los tulipanes. En sus misivas, ya hablaba de cómo se servían del elenco floral como lenguaje codificado para expresar emociones, afectos o incluso odio.

Casi un siglo más tarde, la poesía de Lady Mary fue rescatada por autoras como la francesa Louise Cortambert, bajo el seudónimo de Madame Charlotte de la Tour, quien publicó, en 1819, uno de los primeros libros sobre floriografía. A partir de aquí, todo el campo fue orégano. El lenguaje floral se propagó más rápido que el polen, diseminando todo a su paso, más allá incluso de sus propias fronteras. El arte se convirtió en ese diccionario floral visual en el que representar todas sus acepciones. La mimosa y el lirio blanco indicaban pureza, no es extraño ver en la pintura religiosa guirnaldas o ramilletes de lirios blancos ensalzando la imagen de la Virgen María; la rosa roja, puro amor o pasión, pero también se relacionó con la sangre de Cristo; las flores de azahar, fertilidad e inocencia. Algunos de los significados ocultos se relacionaban directamente con la raíz del nombre, en ocasiones, basado en la mitología, como narciso, egoísmo. Y, por supuesto, las violetas, símbolo no solo de recato, elegancia y distinción, sino de cómo debía ser una mujer en el siglo XIX. Una síntesis que quedó patente en la obra *Ramillete de violetas* de William Worcester Churchill, donde la dama aparece retratada evadiendo la mirada del incisivo observador, centrada únicamente en su violáceo manojillo, símbolo claro de que se trata de "una mujer como debe ser", según el férreo moralismo vitoriano. Esta "floriofilia", años más tarde, derivó en una corriente artística que adornó todo cuanto tocó: el *art nouveau*, tan bien representado por Alfons Mucha, uno de los movimientos más estéticos, completamente centrado en la naturaleza, vegetales y formas orgánicas que se entrelazaban de un modo sensual, buscando complacer los sentidos. Un vergel de flores, hojas, tallos retorcidos, insectos, siluetas y largas cabelleras femeninas, que no

dejaban ni un solo resquicio en blanco, haciendo honor al *horror vacui* [148].

La gracia rosa, Frederick Sandys (siglo XIX).

No sabemos si fue precisamente esa obsesión por capturar la verdadera esencia de la flor, y mantenerla estable para que nunca muriera, sin sobresaltos, sin que se oscureciese o marchitase en la evolución de su *sillage*, lo que llevó a los químicos del XIX a diseñar nuevas versiones sintéticas que, incluso, permitían al perfumista asir el olor de una flor cuyo propio aroma resultaba casi imposible de extraer de forma natural. El químico y perfumista inglés Georges William Septimus Piesse se asoció con Wilhelm Lubin, un fabricante de élite de París, creando Piesse & Lubin en el número 2 de New Bond Street, convirtiéndose en una de las casas de perfumería con más renombre de Inglaterra. Piesse, que había estudiado en la University College de Londres, pronto se convirtió en el perfumista más importante de la escena olfativa londinense en la década de los sesenta, después de la publicación de numerosos trabajos sobre el uso de flores para la creación de perfumes. Fue el más "floral" de los perfumistas ingleses, rindiendo homenaje a cada una de ellas con cada una de sus creaciones. Fue tal la importancia que le dio a la especie más sutil y efímera del elenco botánico que se inventó un personaje floral, Mercutio Frangipani, y lo vinculó con un sentido del olfato victoriano reprimido, para revitalizarlo en el sensorio inglés. Más que un relato romántico sobre flores y olfato, tan del gusto de la época, pareció más bien un ardid publicitario para lanzar su composición sintética: el perfume Frangipani, un aroma con un seductor *storytelling* que fusionaba el lujo de las primeras cortes francesas con la naturaleza misteriosa de las Américas preeuropeas [149].

En *El arte de la perfumería* (1867), su *opus magnum*, Piesse no solo aseguró que, de todas las composiciones de violetas, son mejores las inglesas que las francesas, a pesar de que la flor se cultive en sus tierras, por una simple razón: las primeras se hacen con una base de alcohol de maíz, mientras las segundas, de uva; a las violetas les va mejor el de maíz, realza su aroma, mientras que el de uva lo desvirtúa. También se obstinó en establecer la diferencia entre los términos dados por los alquimistas "aceite", para referirse al aceite esencial; y "espíritu", para los macerados de flores que luego se infundían en alcohol, para que se nombrasen adecuadamente. Es decir, *otto* es el término correcto para denominar los aceites esenciales, y "esencia" o "extracto" a los espíritus. "Un aceite es un cuerpo graso, no una sustancia volátil, y las composiciones no son más que mezclas de los *ottos* simples en espíritu, que, apropiadamente mezclados, producen un olor agradable y característico, un efecto sobre el nervio olfativo similar al que la música o la mezcla de sonidos armoniosos produce sobre el nervio auditivo, el del placer", recalcó el prolífico perfumista. Lo que nos lleva a reseñar una de las mayores aportaciones de Piesse a la industria del perfume: *El arte armonioso de la composición*, o lo que es lo mismo, traducir la mezcla de perfumes al lenguaje de notas y acordes graves, medios y máximos, basándose en su volatilidad relativa (Aftel, 2002).

En este sentido, vinculó en el pentagrama de sol la violeta con la nota más baja y la civeta o algalia como la más alta de todas, hasta cubrir toda la escala. Esta apreciación de Piesse llevó a clasificar la composición de una fragancia por sus notas altas (de cabeza o de salida, según su coeficiente de evaporación, las más volátiles); medias (de corazón, o cuerpo principal de un perfume, emergen antes de que las altas se dispersen por completo); y bajas (de fondo o de base, también llamadas notas alma, las más densas y pesadas o menos volátiles, aportan profundidad y solidez al perfume). También introdujo los conceptos de acorde, armonía y progresión, todavía vigentes en la industria del perfume. Según su teoría, se puede componer una fragancia armoniosa reuniendo aquellas notas olfativas que corresponden a acordes musicales armoniosos. Por el contrario, la discordia, una cacofonía de olores, es el resultado de la combinación de notas olfativas que producirían sonidos discordantes si se tocaran musicalmente juntas. Con su extenso trabajo, Septimus Piesse abrió el oficio de perfumista a todas las mentes inquietas que quisieran participar de él, alejándose del secretismo que siempre ha caracterizado a la profesión. En sus propias palabras: "Como arte, en Inglaterra la perfumería ha alcanzado poca o ninguna distinción. Esto ha surgido de quienes lo siguen como oficio, manteniendo un misterioso hermetismo sobre sus procesos. Ninguna manufactura puede llegar a ser

grande o importante para la comunidad si se lleva a cabo bajo un velo de misterio".

Violeta y almizcle, la dicotomía olfativa de la moralidad

"Yo persigo en mi sátira al vicio no al vicioso […]
vuelve, se adoba, sale y huele a almizcle desde una milla…".
Gaspar Melchor de Jovellanos, *Sátiras a Ernesto* (1786)

La Restauración [150] en Francia liberó las mareas animálicas, y los fragantes pachulí y vetiver llegaron de India para encantar el olfato de las nobles damas de la Faubourg Saint Germain; finalmente, la revolución del pueblo dio gusto al olor preferido por los gloriosos vencedores, el del tabaco (Ducrest, 1863: 63). Pero el inmortal aroma del almizcle parecía resistirse ferozmente a su decapitación. La Restauración siguió al Directorio (1795), una época donde "los nuevos ricos" adornaron París con su insaciable búsqueda de placer y diversión. Era la época de los *incroyables* y las *merveilleuses* que, con sus amaneramientos y gusto excesivo por la moda y los perfumes abigarrados, sentaron el criterio estilístico de la Francia de finales de siglo. Se satirizó la decadencia de la Revolución y el revival clásico se impuso. Las damas cambiaron radicalmente sus vestimentas por túnicas "a lo griego", con paños tan finos que incluso se les llegó a denominar tejidos de aire. Líneas rectas, escotes pronunciados y tocados grecorromanos con pequeños rizos cortos circunvalando la testa de oreja a oreja. Un estilo "imperio" que pronto aceptó como propio la mismísima Josefina Bonaparte (al igual que el uso excesivo de *musk*), marcando posteriormente las maneras artísticas del XIX, donde se la ve retratada lánguidamente recostada en su refinado diván de tafetán. Esas *merveilleuses* se hacían destacar por una estela fragante, contundente y abrumadora, eso sí, de fina manufactura, posiblemente de Pierre François Lubin [151], uno de los perfumistas de moda. Pero fueron los *incroyables*, con sus levitas ceñidas, sus bicornios y sus monóculos, los que adoptaron el rotundo almizcle para marcar su elevada posición social. Es la razón por la que también fueron llamados *muscadins* por las clases populares de una Francia confusa.

El vetusto almizcle, a pesar de sus detractores, se siguió aireando durante buena parte del siglo en todos los contornos europeos, desde Francia a Inglaterra. "El perfume usado por la reina Victoria durante su visita oficial a París en 1855 era del gusto de las elegantes damas de las Tullerías", informó *Le Messager des Modes*, "un toque descalificante de almizcle que todos los expertos en la materia coinciden unánimemente en condenarlo: las mujeres

deben tener especial cuidado con las esencias concentradas, llamadas triples, ricas en almizcle y ámbar, que desprenden en abundancia los aromas más penetrantes, ¡la serpiente está escondida debajo de las flores!", dando lugar a la segunda teoría simbólica detrás de los animálicos: su cualidad afrodisiaca, vetada a las jovencitas, que nunca deberían avivar los deseos del hombre. Un nuevo martillazo al ya de por sí enclenque almizcle que no solo arrastraba la cruel herencia del Antiguo Régimen, sus excesos, obscenidad y decadencia, sino su virtud erotizante. Toda la sociedad decimonónica parecía gritar *¡se acabaron los perfumes!*, obsesionados por sus simbólicas reminiscencias y esa obsesión por "los nervios", al poner de relieve el concepto de neuralgia, la medicina estaba asestado el golpe final al perfume, especialmente a los intensos y almizclados, imponiendo las nuevas reglas de "elegancia olfativa", que garantizan cierta forma de distinción, un "buen gusto" que no dejaba de ser otra cosa que una modalidad de estilo socialmente construida. ¿Quién pautó el buen gusto en una sociedad tan purista? Parece que las elecciones de consumo las decidieron los manuales de estilo de vida y la prensa femenina [152], ampliamente difundidos en el siglo XIX, que pronto se convirtieron en los prescriptores del buen gusto, un excelso rango que distinguía entre los perfumes de moda de los perfumes pasados de moda; entre los olores vulgares y los olores con clase.

"No se debe usar perfume excesivo, ya que esto puede incomodar gravemente a tus vecinos […]. El buen gusto y el deseo de no causar molestias a los demás coinciden en prescribir un aroma único y dulce", recomendó la Baronesa Staffe en *Reglas de buenos modales en la sociedad moderna*. La norma olfativa del siglo XIX, ceñida a un umbral máximo de tolerancia que tan bien sugirió Alain Corbin en sus teorías, se limitaba también a un reducido número de variedades, aguas de colonia y aceite de lavanda —por el que Inglaterra se haría célebre—, las dos constantes olfativas de la época, de ideal discreción y cuya relevancia absolutamente higiénica nunca se cuestionaría. La tendencia hacia perfumes exclusivamente florales, en la línea lógica del simbolismo de la "mujer flor" que se extendió a lo largo del siglo, por la propia naturaleza de la materia prima: su fugacidad olfativa y refinamiento sirvieron de argumento para desterrar al almizcle en particular, y los animálicos en general, todos ellos poderosamente olorosos, encarnaciones de la vulgaridad y del mal gusto; "recuerden que los mejores perfumes no son los más penetrantes, que son a menudo los más banales", afirmó la condesa de Gencé en *El camerino de una mujer honesta*.

A comienzos de siglo, los artículos perfumados se centraban en aguas de tocador y vinagres para perfumar las aguas de tocador, aguas de colonia cuyo uso a menudo tuvo una función más terapéutica e higiénica que ornamental,

lociones, ungüentos, aceites capilares, polvos de arroz y bolsitas para guardarropas, configurándose así un nuevo escenario de patente sensualidad por su carácter íntimo: la *toilette* femenina, dentro del reducido espacio social en el que evoluciona la elegante mujer del siglo XIX, solo dejará su huella olfativa dentro de los encorsetados límites de una cierta intimidad. Un claro giro hacia lo íntimo lejos de cualquier ostentación. Un marco romántico donde solo parecían gritar *¡jabón, solo jabón!*, y así comenzó a elevar su estatus el producto que limpiaba y perfumaba al mismo tiempo: el jabón perfumado, a la vanguardia de los agentes purificadores en el centro de esta revolución de la higiene, como así lo señaló el relator de la Exposición Universal de 1855: "El estado en el que más comúnmente se introducen los perfumes en nuestros hábitos domésticos es el del jabón perfumado, un tipo de producto en el que la sustancia detergente cuyo uso se ha vuelto necesario se asocia así al aroma que preferimos". Y así comenzaron a surgir los grandes químicos, como Pierre-François-Pascal Guerlain quien, desde su *maison* en la parisina Rue de Rivoli, ofreció al público sapoceti (1828), unos exquisitos jabones elaborados con grasa de ballena (una de las materias más preciadas) que no solo cumplían la promesa de higiene, sino que aseguraban la acción cosmética por sus virtudes blanqueantes de la piel, y la aromática, por estar ricamente perfumados. Un repertorio de más de 40 aromas entre benjuí, chipre, geranio o *frangipane* hicieron las delicias de la recatada burguesía decimonónica. "La princesa bávara Elvira Wrbna siempre pide jabones de Guerlain, y muchas otras damas en Viena no utilizan otro jabón que el de Guerlain", preconizaba la prensa.

Pero hubo un aroma que destacó sobre todos los demás: el de violeta. El almizcle fenece y la violeta florece. Una flor que se benefició de su fuerza simbólica, sinónimo de modestia y recato en el lenguaje de las flores, un idioma dominado por las damas elegantes de la época. El iris y la violeta son recomendables, "el toque de violeta o de iris hará que el contacto con tu lencería sea más fresco, nunca debes usar perfume" (De Gencé, 1909). Unos consejos que diseminarán buena parte de la última mitad de siglo. La edición de 1860 de *Bon Ton* destacaba los productos cosméticos de la Maison Violet añadiendo: "¿Qué más mencionaré? Violet es muy rica en productos maravillosos. Para perfumar los pañuelos de Chapron necesitarás: violetas italianas. Hay otros mil extractos superiores, pero este está especialmente de moda". *Le Petit Messenger des Modes* se hizo eco el mismo año del anuncio sobre la Maison Violet, pero también sobre los perfumes de Claude-François Prévost, uno de los perfumistas de María Antonieta: "En esta época de encuentros brillantes, los perfumes para pañuelos son imprescindibles. El extracto de violeta está muy de moda en estos momentos y os recomiendo que

lo toméis” . Incluso ya en 1896, *La Mode Illustrée* seguía proclamándolo con la misma convicción de novedad: “Actualmente el perfume favorito para los pañuelos es el de violeta. […] Aplaudamos esta elección: violeta, infinitamente más fina, más suave, más distinguida, es efectivamente el perfume que sienta como debe a la mujer” (Briot, 2008).

> Me inflaman los primorosos aplausos de tanto erudito barbilampiño, peinado, empolvado, adonizado y lleno de aguas olorosas de lavanda, [tulipán] sanspareille, ámbar, jazmín, bergamota y violeta, de cuya última voz toma su nombre mi escuela (*Los eruditos a la violeta*, 1781, José Cadalso).

No hay catálogo de perfumista entre 1860 y 1910 que no conceda a la violeta un lugar privilegiado merecido por su egregio éxito. Ideal Violet de Houbigant (1880) fue una de las elogiadas por su infinidad de formatos, en esencia, *eau de toilette*, loción, brillantina, óleo, jabón y polvos de arroz perfumados. El final del siglo, lejos de languidecer el éxito del perfume, se consagró: en 1893, la casa Roger & Gallet, en ese momento una de las casas de perfumes más poderosas, negoció con la sociedad Laire el uso exclusivo de ionona (con aroma de iris) y violeta sintetizada el mismo año por Tiemann y Kruger a partir de citral, extraído del aceite esencial de limoncillo. En las postrimerías del XIX y los albores del XX, convivían en Roger & Gallet cinco líneas de perfumes de violetas: Violette de Parme (1880), Violette ambrée (1890), Vera Violetta (1892), Violette Marvelous (1905) y Violette Rubra (1910). Con la síntesis de ionona, el campo de la violeta quedó abierto para un sinfín de creaciones, con costes de producción mucho más bajos. La clave de su éxito residió en el poder simbólico de la flor, con unanimidad social, combinado con la revolución sintética. Gracias a la síntesis, nuevas moléculas odoríferas penetraron en los nutridos catálogos de los perfumistas, como la heliotropina, sintetizada en 1869 por Fittig y Mielk. Se trataba de un aroma nuevo, un mundo de posibilidades para la composición. Guerlain se hizo eco de la molécula en 1878 para crear una versión perfumada de su mítico sapoceti, y en 1882 incluyó el heliotropo blanco en una de sus *eau de toilette*; unas creaciones que pronto ensalzaron las gacetas de moda del momento, tanto por el prestigio de su nombre, por la calidad artística de sus frascos, así como por la delicadeza de sus esencias. *Bon Ton* lo definió así: Hay nombres que merecen los más pomposos elogios que se les podrían dar; tal es el de Guerlain; parece que este nombre está poetizado y que emana mil aromas embriagadores […]. Y luego las esencias Guerlain son excepcionales y tienen un sello de verdadera elegancia. Están contenidas en frascos de cristal o porcelana procedentes de Sajonia y Japón, de una riqueza enteramente artística; también los encontramos, intencionadamente olvidados, en todos los tocadores de las grandes damas [153].

Guerlain, con su eterno lema “nunca comprometer la calidad”, rubricó así centurias de gloria olfativa. Una de sus primeras fragancias, Eau de Cologne Impériale, obsequio a la española Eugenia de Montijo con motivo de su boda con Napoleón III Bonaparte, creada por encargo de la emperatriz para tratar sus molestas migrañas, se presentó en un frasco distintivo, diseñado por el vidriero Pochet du Courval, adornado con festones inspirados en la columna de Napoleón I en la Place Vendôme, grabado con el escudo de armas del emperador y adornado con las 69 abejas doradas, un antiguo emblema del Imperio francés, decorado a mano con oro fino. Un continente a la altura para sublimar un rico jugo, uno de los primeros en tener una estructura completa de tres niveles de notas tal como hoy la conocemos; pasando de las superiores (fundamentalmente cítricos y flores, bergamota, nerolí y petitgrain), a una fase media de lavanda francesa y romero, y una base de cedro y haba tonka, que suponía un giro novedoso en la formulación de las fragancias de la época. Este regio perfume le valió a la enseña perfumera el título de “Proveedor oficial de Su Majestad la Emperatriz” y la admiración de las damas de la corte. Además de la emperatriz Eugenia, otras clientas reales de Guerlain fueron la reina Victoria de Inglaterra y “la reina castiza”, Isabel II de España. Guerlain tuvo otra proeza, una forma de trabajar que parece cosa del siglo XXI: la personalización, creando recetas a medida de las necesidades de la clientela, un *expertise* que sigue ofreciendo la *maison* a día de hoy.

Concluyamos el capítulo retomando la cita de Georgette Ducrest que inauguró este apartado, desde los novedosos aromas de pachulí y vetiver recién llegados de India, al aroma de tabaco de los gloriosos vencedores de la Revolución. El XIX no solo olió a jabón y violetas. La nueva cultura de “a la moda”, tan valorada por las élites, se fraguó al albor de su prescriptor más convincente: la prensa femenina que, por aquel entonces, se hacía eco de unos chales de sublime calidad y superlativo coste, provenientes de tierras lejanas, que exhalaban un rico aroma muy diferente a las emanaciones al uso. El orientalismo causaba furor, una corriente artística asociada inevitablemente al siglo XIX, aunque tuvo su precuela en la centuria anterior, cuando Europa observó con ojos curiosos al vecino de la derecha, un Imperio otomano que se descomponía [154]. Era una necesidad urgente que una dama victoriana de clase alta —o muy esnob con recursos— se hiciese retratar con una buena *pashmina*. Un exótico que arribó a Europa desde la isla Reunión, que tenía una peculiaridad: debido a su exquisitez y elevadísimo precio, para su transporte se protegían con hojas de pachulí y evitar así el ataque de insectos. El penetrante, terroso y dulzón matiz del pachulí (*Pogostemon cablin*) se quedaba impregnado de tal manera en la fastuosa manufactura que se convirtió no solo en el complemento “a la última”, sino en signo olfativo

distintivo de artistas y aristócratas. Una popularidad que alcanzó su máximo esplendor en la *belle époque* y Josefina Bonaparte fue su mejor embajadora. Moda y perfume sellaron así su longevo pacto, un binomio muy rentable que tendría su máxima expresión en el siglo venidero, donde el perfume se convirtió en el objeto estratégico para personificar ese *je ne sais quoi* del *couturier*, una extensión de su talento, pero a precios (algo) más democráticos.

Las damas comenzaron a oler a pachulí y los hombres a tabaco, uno de esos nuevos insumos fruto de la conquista, que llegó a España a mediados del XV cuando Felipe II ordenó al médico y botánico Francisco Hernández de Boncalo que trajera semillas de *Nicotiana tabacum* [155] de América para plantarlas en Toledo. Se empezó a popularizar su uso entre las élites, en formato polvo —rapé—, inhalado por la nariz, considerándose un bien de exquisito lujo. Este nuevo exótico tuvo un origen más médico que lúdico, respetando en un principio el sentido que siempre le dieron las tribus indígenas a las que se lo arrebataron. Una planta maestra ofrecida por el cielo para sanar. El embajador francés en Lisboa, Jean Nicot (un apellido muy apropiado para relacionarse con la magna especie), a comienzos del XVI envió rapé a Catalina de Médici, como tratamiento para las migrañas padecidas por su hijo. Fueron precisamente los portugueses quienes introdujeron el tabaco en la corte de Beijing, en plena hegemonía de la dinastía Qing, convirtiéndose rápidamente en un divertimento de las élites. Esto gestó todo un arte en torno al rapé, creándose una parafernalia de objetos dedicados al codiciado polvito, entre ellos las míticas botellitas de rapé, una verdadera obra de arte elaboradas con las más ricas materias (marfil, jade, cuarzo o porcelana), decoradas (normalmente con símbolos auspiciosos, muy del gusto chino) por los más ilustres artistas, hasta tal punto que, siglos más tarde, terminaron inspirando a creadores como Jean Patou para diseñar el frasco de una edición especial de su codiciado Joy, uno de los perfumes icónicos del siglo XX. Los frasquitos de rapé se convirtieron en un objeto de belleza que simbolizaba como ningún otro una posición de estatus y poder. Puede que fuese la razón que llevó a Patou a enfrascar el "perfume más caro del mundo", en un símbolo tan decadente como fastuoso.

Quién sabe si fue por el toque mágico de "la reina Midas" de las tendencias, la Médici, por lo que el místico micronizado terminó "empolvando" las cortes europeas y las selectas élites aristocráticas, pero el hábito perduró en el tiempo, y en el XIX se convirtió en epítome del esnobismo. Los señoritos se excusaban diciendo que iban a "echar un polvo", por el método tradicional de esnifado por el que la exótica sustancia se debía administrar, debido a que el aroma a tabaco fumado no fue del gusto de las

damas. Dicen que así surgió la acepción “echar un polvo”, también porque, ya de paso, no estaba de más aprovechar la escapada para intimar con ciertas señoritas, todo en un contexto de flirteo sano. Claro. Los sofisticados “polvitos” se llegaron a perfumar con jugos florales, como el de rosa negra, más terrosa y misteriosa que la clásica rosa, una fragancia que se puso de moda, especialmente a finales del XIX y principios del XX. Los chascarrillos populares aseguraban que Napoleón siempre viajaba con una cajita de rapé en el bolsillo. Fue común ofrecer una pizca de rapé como forma de saludar a amigos y familiares. Un saludo “a la europea”, muy distante de las aguas fragantes e inciensos perfumados de las costumbres árabes.

Primeros perfumes ‘de autor’: de Poiret a Dior pasando por Coco

“El perfume es la última y la mejor reserva del pasado, la que cuando todas las lágrimas se han secado, puede hacer que volvamos a llorar”.
Marcel Proust

Cuando aquella noche de verano Paul Poiret recepcionó en su *maison* a lo más destacado de la *socialité*, más de 300 personas, la gente más influyente de la élite parisina —y todos acudieron—, quedó meridianamente claro quién dirigía la batuta en temas estéticos en la primera década del veinte. La *1002è nuit* no fue solo una de las múltiples fiestas que el diseñador acostumbraba a celebrar. Aquel evento fue toda una declaración de intenciones y una puesta en escena de lo mucho que su creatividad podía aportar. Inspirada en *Las mil y una noches*, la compilación de cuentos árabes tradicionales, se recreó una verdadera escena oriental repleta de Sherezades, Ali Babás y Aladinos; de monos, serpientes y odaliscas; de tragafuegos, danzarines y laudistas; todos ataviados con los pantalones harem, tan del gusto del diseñador, y con velos y turbantes coronados por joyas emplumadas. Un rico vestuario creado por el propio diseñador que se consideró epítome del exotismo.

Este exotismo bebía de las fuentes del orientalismo, tan en boga desde que Serguéi Diáguilev fundó la compañía Ballets Rusos, que presentó en el Petit Palais de París en 1906, convirtiéndose en catalizador del estilo predominante de los años veinte: el *art déco*. Pero esa noche también tuvo un olor especial, alguna de las nuevas creaciones de Les Parfums de Rosine, Le Minaret o Aladin quizás, o puede que el más apropiado fuese Chez Poiret, un exquisito perfume al cual, el artista Roger Boutet de Monvel, amigo del diseñador, le escribió un poema:

Sueño suntuoso, decoración legendaria, un mundo de fantasía que de repente aparece como por arte de magia, visiones magníficas, un sueño de *Las mil y una noches*, con el desfile incesante de las galas más nuevas, los adornos más atrevidos, los refinamientos más exquisitos. Profusión de sedas chinas y linos persas, telas indias, todas confeccionadas bajo cielos desconocidos; una riqueza de colores, tonos contrastantes, azul, verde, negro y plata; extravagancia que invoca los recuerdos de Cartago y Bagdad, cascos de perlas y túnicas a cuadros; metales raros y gemas, pieles etéreas y gasas cojas; un deslumbramiento, un éxtasis, el perfume imperioso y cautivador que arrastra el abrigo triunfante de una emperatriz de Asia.

Poiret, que comenzó en 1899 como aprendiz en el atelier de Jacques Doucet y posteriormente en el de Charles Frederick Worth, dos de las firmas de alta costura más prestigiosas de París, tenía ya muchas tablas para fundar su propio negocio en 1903. Pero su ingenio no se ciñó solo a su habilidad para liberar de ataduras el cuerpo de la mujer, con sus hechuras aflojadas y armoniosas para las que ya no sería necesario usar corsé, creando una moda completamente nueva, revolucionaria, que se adaptaba como un guante al estilo descarado y libertino del París de la belle époque, sino por su ingenio y astucia a la hora de poner en práctica las estrategias de mercadotecnia más efectivas. Se sirvió de sus populares fiestas como vía para promocionar sus creaciones, rodeándose de la gente más rica de París, y la más influyente, como los artistas con más gancho de la época: Georges Barbier, Bernard Boutet de Monvel, Raoul Dufy, Etienne Drian, Erté, Paul Iribe, Lepape…

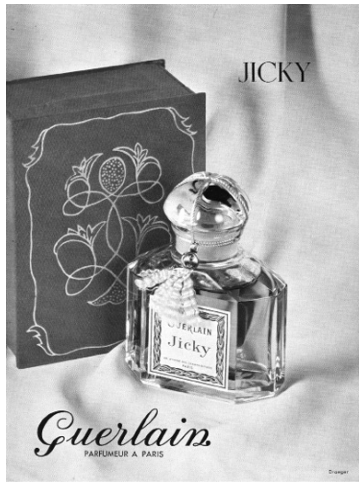
Vestuario de Cleopatra, por Ida Rubinstain para la compañía Ballets Rusos.

El *art nouveau* puso de moda el grabado y la ilustración; las primeras décadas del veite se vistieron de finos trazos estilizados, aderezados con vivos

colores y ornamentos. Poiret sabía que estos artistas harían sus colecciones mucho más atractivas para cautivar al público, por lo que muchos de sus catálogos quedaron en manos de estos creativos, como *Les Choses de Paul Poiret vues par Georges Lepape* (1911). En 1912, Lucien Vogel fundó *La Gazette du Bon Ton*, una de las revistas ilustradas más elitista, vanguardista y artística de toda la prensa francesa, donde las nuevas colecciones de la alta costura de Worth, Poiret, Paquin o Doucet, en los carboncillos de Barbier o Lepape, se esbozaron en sus láminas sirviendo de catálogo mundial de la codiciada moda parisina. Pero el diseñador fue más allá y empezó a abrazar la idea de crear no solo moda, sino otros objetos decorativos que transmitiesen el "universo Poiret", como decoración y perfumes. Bajo el paraguas Poiret, fundó el Atelier Martine, en honor a su primera hija, donde formaron en artes decorativas, especialmente cerámica y vidrio, a niñas de familias menos afortunadas; el Atelier Colin, que llevaba el nombre de su tercer hijo, dedicado al embalaje; y Les Parfums de Rosine, su línea centrada en perfumes con el nombre de su otra hija.

El negocio era redondo, no solo podría componer los perfumes más exclusivos que se adaptasen al estilo de sus creaciones (lanzaba un perfume con cada colección de moda) y el gusto de la época, sino el frasco y el *packaging*. Los diseños que se crearon en estos atelieres fueron realmente magníficos, muchos inspirados en creaciones antiguas, de estilo persa o bizantino; otros de fino cristal pintados a mano con motivos florales, y las cajas que los albergaban, forradas con textiles antiguos que el mismo Poiret coleccionaba, con incrustaciones de plata repujada o papeles pintados o ilustrados por sus artistas de cámara que, pronto, se convirtieron en auténticos objetos de coleccionista.

La idea fue todo un éxito. Incluso, se dice que el joven François Coty —otro genio del que hablaremos más adelante—, intentó comprar la empresa (bueno, la de Poiret y Houbigant, Lubin, Roger et Gallet, Parfums d'Orsay y todos los grandes emporios que venían pisando fuerte desde el siglo XIX). Para formular sus perfumes, Poiret se sirvió de los perfumistas más reconocidos: Emmanuel Bouler, Maurice Schaller y Henri Alméras, quien, por cierto, años más tarde se unió al *couturier* Jean Patou y creó Joy, otro de esos "monstruos" del siglo XX.



Jicky, cortesía de Guerlain.

En estos momentos, Poiret competía nada menos que con el "primer monstruo" de la historia del perfume: Jicky de Guerlain (1889), pionero en utilizar materia prima sintética, aunque no el primero, que fue Fougère Royale de Houbigant (1882), pero sí el que se llevó el mérito de ser considerado "el primer perfume moderno" por su sofisticada composición. A diferencia de las creaciones de la época, centradas en una sola nota floral, Jicky combinó notas naturales y sintéticas para crear una estructura de facetas múltiples, frescas, florales, especiadas, *ambaradas*, animales…

Era algo completamente nuevo y disruptivo que no pasó desapercibido. Estaba a medio camino entre las aguas de colonia del siglo XIX y los perfumes del XX. Supuso la ruptura con la perfumería tradicional, que se limitaba a "copiar" la naturaleza. Pero lo que le dio al jugo esa calidez que embriagaba fue la combinación de cumarina (aislada del haba tonka por Perkin en 1868), que aportaba al perfume un matiz *gourmand*, dulzón, *amazapanado* que, curiosamente, también fue utilizada por Paul Parquet, perfumista en esos momentos de Houbigant, para crear Fougère Royale, aunque no obtuvo el mismo éxito al parecer, y también de vainillina, aislada en 1876 que, a diferencia de las tinturas de vainilla natural que se utilizaban hasta el momento, aportaba más tenacidad y vivacidad al aroma. Fue esta combinación de cumarina y vainillina, junto con palo de rosa, civeta y notas frescas de lavanda y bergamota, lo que hicieron de Jicky un perfume complejo y moderno (Edwards, 1998), aunque años más tarde se llevase esta distinción el Nº 5 de Chanel, pero no nos adelantemos.

También a la zaga estaba un joven François Coty, que aprendió el oficio de la perfumería con la parisina casa Chiris de Grasse, su principal distribuidor

junto a Firmenich, dos de los grandes proveedores de materia aromática del momento. Debutó en 1904 con La Rose Jacqueminot, una composición atrevida y de estela tan incisiva que rozaba el escándalo. Compuesto con absolutos y aceites de rosa e intensas notas de violeta e iris que combinó con sintéticos en cantidades desinhibidas, alejándose así del clásico concepto floral centrado en el *enfleurage* que seguían trabajando el resto de sus compañeros. La Rose Jacqueminot no era una rosa ñoña; era una rosa muy oscura, casi negra, un aroma con el que se solía saborizar el tabaco, por lo que tuvo ciertas reminiscencias, con facetas musgosas *achipradas*, las protagonistas de buena parte del siglo.

Hay algo que sabía hacer muy bien Coty y fue dotar de carácter a sus creaciones, jugando con las tensiones entre las notas, una armonía a través de contrastes apuntalados sobre un férreo equilibrio en un contexto "empolvado", tan del gusto del XX. Coty, desde sus comienzos, tuvo muy claro que no solo el jugo era importante, sino el frasco en el que venía envasado y la etiqueta que lo ornamentaba. Por ello, no dudó en colaborar con los cristaleros más refinados como Baccarat o el reputado joyero del *art nouveau*, René Lalique.

François Coty por Adrien Barrère (1922).

Como complementos invisibles del adorno, los perfumes debían ser una extensión de la moda, y Paul Poiret lo tuvo muy claro. Un idilio que despuntó en plena Edad Media y esa obsesión por perfumarlo todo, desde botones, joyas y tejidos hasta el clamor de los guantes perfumados. Un romance que acabó en nupcias cuando, en 1914, ropa y perfume se unieron en el mismo pabellón de la Exposición Internacional de Lyon, un momento clave que posiblemente marcó el eterno y lucrativo idilio entre el vestido y el olor. La identidad visual se centraría en el frasco, ese elemento esencial que sellaría el discurso, algo que también entendió muy bien el diseñador. Después de poner en marcha una idea redonda —asociar perfume a moda— y ser el primero en hacerlo —pues los *couturiers* coetáneos lanzaron sus primeros perfumes años más tarde (Worth en 1924 con Dans la Nuit, o Patou en 1925 con Amour Amour)—, la brecha por la que se le escapó la fama, mérito y reconocimiento fue no vincular su propio nombre a su línea de perfumes, en su lugar, lo hizo con Les Parfums de Rosine. Sin embargo, sí lo hizo muy bien Gabrielle Chanel, haciéndose de inmediato con la condecoración de "primera modista en lanzar un perfume". Esta larga historia de Paul Poiret nos pone en contexto para entender el punto de partida y la evolución del perfume en un siglo

marcado por la innovación, debiendo hacer dos distinciones muy claras: por un lado, los perfumes que con mayor o menor crédito lanzaron las casas de moda vinculados a sus firmas; en segundo término, las creaciones de genuinos perfumistas, como la Maison Guerlain o François Coty, un fragante juego a dos bandas que "almizcló" todo el siglo.

Un siglo en el que recato del XIX se volatilizó y la paleta del perfumista se hizo más audaz, exótica y "orientalista", por hacer un guiño al estilo artístico que marcó como tinta indeleble la esencia de la perfumería de aquellos años. La familia olfativa oriental (hoy "ambarada") de forma oficial la inició L'Ambre Antique, de François Coty (1905), una delicia envasada en una especie de ampolla de perfume de acabado esmerilado y grabado con la silueta de cuatro vestales, un tipo "alabastrón", con regusto grecorromano, obra de René Lalique, hoy capricho de los coleccionistas.

El jugo se centró en el adictivo ámbar gris, una materia aromática singular, muy costosa y difícil de obtener que, poco a poco, fue siendo sustituida por moléculas sintéticas, para lo cual, François Coty se abasteció de varios fabricantes, entre ellos Samuelson, que produjo la ambreina S, presente en el jugo, que posteriormente pasó a convertirse en un acorde de base presente en muchas de sus fórmulas, como Styx (1911) o Émeraude (1921). Esos acordes de base comenzaron a gozar de popularidad entre los perfumistas porque les permitía introducir en las composiciones un matiz a ámbar, enriqueciendo la fórmula y haciéndola muy personal. La ambreina de Samuelson fue una de las más populares; según dicen, como suele ser habitual en este tipo de leyendas, se formó "accidentalmente", cuando un frasco de vainillina se derramó y mezcló con bergamota, produciendo un resultado muy singular, que luego se redondeó con ládano, benjuí, algalia y cumarina.

Coty, en L'Ambre Antique, potenció el acorde con bálsamos de Perú y Tolú, iris y rosa, para obtener un aroma cálido, envolvente y muy seductor. Con la emergente competencia que comenzaba a surgir, las bases o acordes de base se convirtieron en el punto distintivo de las marcas. Mousse de Saxe, compuesto por la química de Laire a comienzos del XX, fue el sello emblemático de Caron, aportando una gran personalidad a las creaciones de la marca. El ejemplo más claro fue Nuit de Noel (1922), donde se percibe nítidamente ese perfil olfativo complejo, oscuro, musgoso, terroso…, pero también dulzón, herbal y animal. Mousse de Saxe, entre otras, contenía regaliz, geranio y vainillina, y muy posiblemente, las iononas empolvadas de las violetas y la isobutil-quinolina, con su inconfundible matiz a cuero antiguo, que de Laire produjo. Mousse de Saxe también estuvo presente en Madame Rochas, compuesta por Guy Robert, Chanel Nº 19 y Opium de Yves Saint Laurent. Pero, para acordes de base emblemáticos, Guerlinade de

Guerlain (1921), un mix de seis ingredientes icónicos de la marca, como vainilla, bergamota, haba tonka, iris, rosa y jazmín, una amalgama que da como resultado un perfil aromático ultrafemenino y distintivo. Guerlinade ha sido el hilo conductor de muchas de las fragancias de Guerlain, lo que consigue que, en la primera inhalación, sepamos, incluso sin grandes conocimientos, que se trata de una creación Guerlain.

Coty no fue el primero en componer un oriental, le precedía una cohorte de "aguas de Sherezade", "perfumes del harén" o "elixires del sultán", la avanzadilla del orientalismo de las postrimerías del XIX, pero sí fue pionero en sentar las bases para la concepción y estructura de la familia olfativa. Con L'Origan (1905), formulado con el característico aroma violáceo empolvado de la metil-ionona, heliotropina, vainillina, clavel (*Dianthus caryophyllus*) y nerolí natural, de una estela melancólica que recordaba a los guantes perfumados, también inauguró otra destacada subfamilia: la "floriental". Sus ideas innovadoras, su notoria intuición olfativa, su ambición feroz y sus nociones de distribución, publicidad y exportación allanaron el camino de la perfumería moderna, tal como hoy la entendemos. Un fenómeno que eclosionó en un París ávido de novedades, con ganas de fiesta y de noches sin fin, de desenfreno y locura, donde se bebía absenta y se esnifaba rapé.

Se retomó el acorde animalis, tan repudiado siglos atrás, haciéndose muy popular en esos "locos años veinte", por otorgar un cariz un tanto oscuro, "indólico", "feromónico" y erótico a los aromas, capaz como ningún otro de afianzar el perfume, ensalzar el olor personal de quien lo lleva y servir de imán a quienes lo huelen. Con Chypre (1916), revolucionó la escena olfativa volviendo a marcar una nueva familia de nombre homónimo; a pesar de que no tuvo un gran éxito comercial, sí impactó en la industria del perfume y fue firme testimonio de la visión vanguardista del creador. Antes de Chypre, hubo otros muchos "chipres", pero de alguna manera, la estructura contrastada de Coty, repleta de musgos de variedades diferentes, cítricos y ládano con reminiscencias de la perfumería grecorromana, definió el acorde clásico que toda composición *achiprada* que se preciara debía revelar. Décadas más tarde, en 1972, Aromatics Elixir de la americana Clinique, sería considerada como la "obra maestra" del chipre. Desarrollada por los perfumistas Bernard Chant y Carol Philips, fue una combinación inusual de oscuridad sensual y elegancia austera debida a su composición ultracompleja con infinidad de ingredientes (algunos cuentan hasta 700), con la intención de apaciguar la mente y aportar equilibrio. "La calma en un frasco", rezaba su eslogan, adelantando el ambiente *zen* que dominaría la perfumería de los noventa.

Pero volvamos a entreguerras. A 1.050 km de la efervescente París, florecía Barcelona, donde, de forma paralela al exotismo de Paul Poiret,

emergió un inusitado refinamiento artístico y cultural que representó como nada Myrurgia, la enseña española fundada en 1916 por el artista y escultor adscrito a las filas del *noucentisme* catalán, Esteve Monegal i Prat. Esas ideas en torno a reivindicar el clasicismo con toques modernos, centrado en la Grecia mediterránea, inspiraron la imagen y el nombre de Myrurgia: *myron* (mirra, aceite fragante, esencia), *ergon-ia*, *urgia* (cualidad de trabajo).

Esteve Monegal, preciosista y sofisticado, figura clave de la Barcelona burguesa ilustrada, se rodeó de un flamante séquito de creadores, entre otros, el artista gráfico Eduard Jener o fotógrafos como Josep Sala, Pere Catalá Pic o Ramón Batlles, cuyas creaciones definieron el aura mágica y seductora de la que terminaría siendo la marca de perfumes española con más pedigrí. No en vano, esa idea de Monegal de hacer del perfume una "obra de arte completa" fue acogida y galardonada en la Exposición Internacional de Artes Decorativas de París en 1925, momento de máximo esplendor del *art decó*. El cuidado excesivo de la calidad de los jugos, la línea estética de los frascos, las etiquetas y el *packaging*, todo cuidado con esmero, dio como resultado creaciones a medio camino entre la artesanía y el lujo, como la primera colección de Maderas de Oriente, con su acorde floral y maderas exóticas, una de sus creaciones más emblemáticas, cuyo frasco en forma de minarete, de madera, torneado a mano, coronado por pompones de hilos de seda multicolor y el detalle inusual de un trocito de madera de sándalo fragante macerando en su interior se convirtió en líder del mercado tras su presentación en la Exposición Internacional de Barcelona de 1929. Myrurgia supo cómo seducir con sus frascos, su puesta en escena y sus aromas de cariz oriental, una narración olfativa plena de magia, misterio y seducción. "No hay mujer sin misterio ni intriga sin perfume", dijo el místico sufí Ibn Arabi. Maja (1921), inspirada en la bailarina Carmen Tórtola, una composición cálida a base de geranio, clavel, especias y base ambarada; Suspiros de Granada (1922), Embrujo de Sevilla (1933) o Clavel de España (1936), sellaron la esencia de "la españolidad".

Ese exotismo orientalizado que dominó buena parte de las primeras décadas del veinte, tuvo más mitos. Crêpe de Chine, de F. Millot (1925) [156], fue un flamante chipre aldehídico floral que causó más sensación entre el público que en quien tuvo a bien decidir a quién otorgar el primer premio en la Exposición Internacional de París. Shalimar de Guerlain (1925), la otra debutante, salió triunfante con su rotundo homenaje a India y la historia de amor de una de las dinastías mogol más influyentes. Su bruma, arrebatadoramente sensual y sencilla en su composición (bergamota, rosa y jazmín, opopánax, vainilla, iris y haba tonka), donde el peso se situó en sus notas de fondo, cálidas, *gourmand*, con ese dulzor cremoso y sigiloso que

despliegan la vainilla, la mirra dulce y el haba tonka, calaron en unas narices que supieron detectar la excelencia en la corriente orientalista. La casa Guerlain, anclada en su lema eterno: “Nunca comprometer la calidad”, fue artífice de muchos grandes éxitos del siglo, como L’Heure Bleue (1912) o Mitsouko (1919), el claro sucesor de Chypre de Coty, pero más elegante y refinado gracias a la adición del aldehído C-14 y su matiz “amelocotonado”, que añadió dulzura y calidez al jugo.

A lo largo del siglo XX, Guerlain lanzó más de 80 composiciones, todas ellas de gran finura y exquisitez, una intrépida hazaña solo superada por François Coty, que, solo en 1945, lanzó 11 fragancias, una cifra inusual para una marca a mitad del veinte. Como él muy bien dijo: “Da a una mujer el mejor producto posible, comercializado en el frasco perfecto, hermoso en su sencillez, pero impecable en su esencia, pide un precio razonable y serás testigo del nacimiento de una empresa de un tamaño que el mundo nunca habrá visto”. Lo dijo y lo hizo, convirtiéndose en el hombre más rico de Francia tras la Primera Guerra Mundial.

Junto a Coty y Guerlain, Houbigant fue la otra gran marca que impulsó el advenimiento de la perfumería moderna. Fougère Royale, sin duda, y aunque opacado por Jicky, fue uno de esos grandes perfumes que, además, inauguró una nueva familia olfativa: la de los *fougères* (‘helecho’, en francés), con esa combinación de lavanda, cumarina y musgo de roble que confiere a las fragancias ese toque de heno recién cortado, como un paseo por un bosque frondoso y humedecido de carácter realmente masculino y con empaque. Pero Houbigant fue protagonista de otras creaciones destacadas, una de ellas Quelques Fleurs (1912), un guiño al cesto de flores que coronó la entrada y dio nombre a la primera *boutique* de la marca en París, orquestada por Robert Bienaimé, considerada en su momento como una de las mejores fragancias de todos los tiempos. Según Luca Turin, “el objetivo de su fórmula fue lograr la idea platónica de una flor, no su manifestación terrenal”. Bienaimé se sirvió del 2-metilundecanal o aldehído C-12, esa molécula tan versátil capaz de ofrecer un sinfín de tonalidades, entre etéreas, verdosas, florales y *jabonosas*.

Fue un éxito de ventas porque aportó un toque “moderno”, además de ser uno de los primeros perfumes en incorporar aldehídos como materia sintética, un material un tanto difícil de trabajar que causaba respeto a los perfumistas. Salvo a Ernest Beaux. Su inquietud por los aldehídos y esos infinitos matices que podían aportar al perfume le hizo probar y probar, ensayo y error, hasta llegar a su obra maestra. Pero antes de eso, dicen que Beaux se inspiró en Quelques Fleurs de Houbigant para formular el Bouquet de Catherine de la rusa Rallet [157] en 1913, en honor a Catalina la Grande y del tricentenario de la dinastía de la casa imperial rusa Románov. Como el *bouquet* al parecer no

tuvo el éxito esperado en Rusia, se pasó a denominar Le Nº 1, un perfume que, curiosamente, luego se comercializó por Coty cuando adquirió Rallet en 1929.

Ernest fue un experimentador nato. Ensayó tanto con los aldehídos, que fue reconocido por ello. No vamos a reproducir aquí de qué manera Gabrielle Chanel se cruzó en el camino de Ernest Beaux porque eso ya es objeto de múltiples monografías, pero sí puntualizar que, ese enfoque ultramoderno, no experimentado por otros perfumistas por temor al fracaso, fue lo que insufló adrenalina pura a una "Coco" Chanel ávida de éxito y distinción. A pesar de las múltiples teorías de por qué Chanel decidió sumergirse en el etéreo mundo de las fragancias, que si se debió a su íntima amiga, Misia Sert, que le propuso reinterpretar una antigua fórmula "mágica" de agua de perfume de Catalina de Médici (¿Acqua della Regina quizá?) en un momento en el que el rocambolesco artificio de la perfumería francesa necesitaba un revulsivo, lo cierto es que Gabrielle ya había registrado el nombre Eau de Chanel en 1919; por tanto, quedaba meridianamente clara su intención de lanzar un perfume que diese empaque a su ya de por sí flamante y exitosa línea de moda.

Inmersa en una época marcada por la opulencia del orientalismo, con jugos densos cargados de especias, olíbano, almizcles o ámbar, encerrados en frascos joya como reliquias decadentes de nombres exóticos y cierto matiz cursi, Gabrielle tuvo claro que buscaba un "verdadero" perfume de mujer, con olor a mujer, lo suficientemente conceptual y abstracto como para no llegar a parecerse a ningún otro.

Frascos de Nº 5, cortesía de Chanel (1921-1924).

Un perfume artificial, como la hechura de un vestido, una hazaña técnica que resistiera el paso del tiempo. Ansiaba dar con algo totalmente

contradictorio. La gran obra de Chanel tenía que ser opulenta y sensual, pero también tenía que oler a jabón y piel limpia, a flores de la campiña, como olía Aubazine [158]. Pero se movía en esa época en la que el perfume de una mujer era el "relato silencioso" de su posición social: nardo, almizcles, pachulí para las *demi-mondaines* [159]; soliflores delicados de rosas o violetas, especialmente la violeta de Parma, de reminiscencias victorianas, para las más puritanas. Y Ernest Beaux tenía la respuesta. Según marca el relato de la historia, le presentó varias muestras, simplemente numeradas, de las cuales Gabrielle eligió la quinta. Un número mágico, talismánico, místico y esotérico, desde el punto de vista de la astrología a la numerología, creencias en las que postulaba Chanel.

Pero el secreto de aquella fórmula, lo que le otorgaba ese brillo, ese punto abstracto y conceptual que tanto ansiaba Chanel, era una salida chispeante y sensorial a base de aldehídos. En una proporción inédita (sobredosis, según algunos comentarios). Esas moléculas sintéticas que se agregaron al bouquet lograrían redondear la receta para transmitir ese deseado olor a ropa limpia, gracias a sus matices cítricos, florales empolvados y aéreos, pero lo suficientemente sensual gracias a una buena dosis de jazmín e ylang-ylang. El golpe de efecto final lo puso su frasco de patrón masculino, muy en la línea del *art decó*, tendencia imperante, y las líneas geométricas y cubistas que se empezaron a vislumbrar gracias a las vanguardias artísticas, que eclosionaron después de la Primera Guerra Mundial. Ingeniosamente austero, como si procediese de un boticario. Un frasco aséptico y atemporal, ¡que nada compita con el jugo!, imploró Chanel. Un envase impoluto, con bordes limpios y biselados, de una sobriedad sin precedentes, oculto en un envoltorio que, en su conjunto, exhalaba el carácter *avant-garde* de la época.

Con todo, Chanel Nº 5 se convirtió en un proyecto redondo. No fue la primera fragancia con aldehídos de la historia ni Coco Chanel la primera costurera en crear un perfume, pero sí fue lo suficientemente audaz como para romper con los estereotipos. Sobradamente chic como para que todos la siguieran. Pionera en asociar indisolublemente su imagen, su nombre, su propio sello, a un jugo insólito, disruptivo y visionario. Captó con precisión el "aire de los tiempos", el espíritu de libertad de la juventud de la época y puso en sus manos el elixir de la eternidad. La alquimia perfecta entre perfume y la esencia de la feminidad. Ese fue el resultado, pero lo que alzaron algunas voces después es que realmente Nº 5 estaba inspirado en Rallet Nº 1, que a su vez lo hizo de Quelques Fleurs de Houbigant, con su algarabía de aldehídos que pusieron patas arriba la historia.

Sea como fuere, el periodo de entreguerras fue uno de los más prolíficos en creación de perfume, salvo por el *crack* del 29, que supuso un parón

inevitable. La carestía reinante fue un hándicap para seguir formulando fragancias tan costosas, a pesar del abaratamiento que supusieron las moléculas de síntesis, llegar a cotas tan altas de lujo y exclusividad exigía mucho gasto. Pero entonces llegó el estilista Jean Patou, con su sello de alta costura, desafiando la penuria y pidió a su perfumista, Henri Alméras, que crease un perfume "faro", que hiciera que su negocio brillara por encima de los demás a pesar de las circunstancias. Quería dirigirse a los más ricos, esos que se hacen más ricos cuando todos los demás entran en quiebra. Por tanto, tenía que ser un perfume obscenamente caro.

Alméras preparó una muestra con cantidades descomunales de rosa búlgara y jazmín de Grasse, elevando el coste a cifras inauditas, con la justificación de que la alta costura exigía alto coste para asegurar su calidad y caché. Así, en 1930, surgió Joy, la alegría de la casa y, posiblemente, la fragancia más costosa hasta el momento. Para "enfrascar" Joy, el perfume más caro del mundo, Patou se decantó por las líneas sobrias de Coty, un frasco facetado con el tapón de puro cristal, siguiendo nítidamente las máximas del *art decó*. Aunque hubo una versión alternativa, inspirada en las botellitas de rapé chinas que atesoraba el *couturier*, ornamentada con los motivos de uno de sus diseños más famosos, el vestido Nuit de Chine, realizado en crepé de seda bordado con pedrería multicolor y motivos como pagodas, parasoles o motivos florales.

El frasco fue sellado con la técnica artesanal del *baudruchage*, una de las más antiguas de la perfumería, ya utilizada por Guerlain y Paul Poiret, y más tarde por Chanel; una exquisitez con la que se sellaba el frasco para que no se filtrase ni evaporase el jugo, consistente en poner en la frontera del tapón y el cuerpo del envase una membrana, normalmente intestino de buey, que luego se aseguraba con cordón de seda que, en ocasiones, se cepillaba (*brossage*) y se sellaba con una gota de cera.

En la década de los treinta eclosionaron otros proyectos, como el de la disruptiva Elsa Schiaparelli, tan pionera en conceptos y puestas en escena que, incluso, rivalizó en ventas con el todopoderoso Chanel Nº 5, a pesar de ser dos enfoques radicalmente opuestos. *Schiap*, como la llamaban los amigos, tuvo ideas precursoras, como la de formular el primer perfume unisex en el sentido estricto y conceptual del término —S (1928)—; una fragancia deportiva aldehídica con sus notas secas de iris que difuminaron las fronteras de género, a pesar de que la perfumería arcaica nunca tuvo sexo, si bien es cierto que el siglo XX estuvo marcado por composiciones florales de acento femenino.

Desarrolló la estrategia inaugurada en la década de los veinte de declinar la perfumería alcohólica en diferentes concentraciones para cubrir las

necesidades de la dama elegante que debía cambiarse varias veces al día con jugos acordes según su intensidad: aguas frescas o florales (entre un 5-7% de materia aromática) o aguas de tocador y *eau de toilette* (entre un 12-15%) más discretas durante el día; *eau de parfum* (17-20%) a partir de mediodía y extractos de perfume (entre el 30-40%) solo reservados a momentos especiales o *soirées* elegantes. Partiendo de esta idea, diseñó el primer "armario olfativo" con tres fragancias para ser usadas a lo largo del día: Schiap, en honor a su alias, pensado para eventos diurnos; Soucis, de cariz vespertino y la hora del cóctel; y Salut, centrado en la noche y los acontecimientos más fastuosos.

Pero el golpe de efecto lo dio con Shocking (1937), el respaldo olfativo a su *shocking pink* —rosa impactante—, emblema estilístico de las colecciones de moda de la diseñadora. Una creación que jugó con varios elementos decisivos: su frasco, inspirado en el busto [160] del maniquí de costura creado para la actriz Mae West, clienta asidua de la costurera, con una cinta métrica que cruzaba el torso y el tapón "daliniano" coronado por flores de cristal; un jugo oriental floral con un goloso corazón de miel y un fondo animálico muy sexi, formulado por el perfumista Jean Carles, que ya había impactado por crear Tabú de Dana; y los bocetos publicitarios surrealistas y excéntricos de Salvador Dalí y Marcel Vertès que hicieron de Shocking una invitación para soñar, una vía de escape que diera a la mujer alas para volar y sentir plenamente su feminidad y exuberancia.

Jean Carles, perfumista de Roure de Grasse, precedente de la actual Givaudan, uno de los emporios proveedores de ingredientes para perfumería, ya sabía qué era provocar dando un giro de tuerca a los orientales prexistentes cuando desarrolló Tabú, el primer perfume con el que su amigo Javier Serra inauguró Dana (1932), en Barcelona. Solo su nombre ya preludiaba algo exótico, provocativo, tórrido, clandestino y muy persistente. Atributos que definió claramente el propio Serra cuando hizo el encargo a Jean Carles: "Quiero un perfume chocante, un perfume de puta" (Edwards, 1998: 76), eludiendo un posible eufemismo como podría haber sido, *quiero el perfume de una femme fatale*, que podría haber quitado hierro a la expresión… Pero Serra lo tenía claro, intuía cuál quería que fuese el golpe de efecto inicial al fundar su primera marca, una bofetada tórrida y audaz que dejase la suficiente huella como para ser recordado. El perfumista aceptó con una sola condición: "Debes confiar en mí y no puedes mostrarlo a nadie, tienes que lanzarlo sin la opinión de nadie más, si no estás de acuerdo, no lo haré". Serra aceptó, pero incumplió. Semanas más tarde, increpó al perfumista diciendo: "¿No es demasiado chocante y vanguardista para el lanzamiento de una nueva marca?". Jean Carles enfureció, pero estaba convencido del potencial de aquel

Tabú que prometía azotar la moral de muchos.

Finalmente se lanzó, con mínimas modificaciones. Tabú realmente era una composición muy sencilla, con tan solo 18 ingredientes (cítricos, especias, flores blancas, ámbar, notas animales), pero la clave de Tabú fue la sinergia de pachulí con clavel, una enorme proporción de pachulí, a pesar de ser un ingrediente realmente complejo de trabajar en perfumería, tenaz y dominante en una composición con unos matices muy concretos y avasalladores, un hecho un tanto revolucionario en su época pues nadie antes se había atrevido con tales dosis. Jean Carles buscaba que sus perfumes "explosionaran" en la salida; esa faceta explosiva de Tabú es lo que adoraron muchas mujeres del mismo modo que otras lo detestaron.

Boceto de Opium, cortesía de Yves Saint Laurent.

Basado en ese acorde pachulí-clavel, se inspiró años más tarde (1977) la fórmula de Opium de Yves Saint Laurent, lo que llevó al crítico Luca Turín a afirmar: "Para apreciar Opium es necesario entender Tabú". La jugosidad lasciva de Opium se debió al rico melocotón (Persicol, también utilizado en Femme de Rochas y Youth-Dew de Estée Lauder, considerado el perfume más sexi de todos los tiempos), con su matiz lactónico y almibarado, un ingrediente del que también se sirvió Nuit de Chine de Paul Poiret (1913), otro oriental "de libro" al que también hizo *ojitos* Yves Saint Laurent para componer Opium. Nuit de Chine parecía tener todos los ingredientes: inspirado en China, igual que su nueva colección para la cual decidió crear Opium; con su frasco en forma de botellita de rapé simulando el jade verde y su elenco de aromáticos entre los que destacaba el genuino sándalo mysore y

el melocotón como notas principales, así como especias, pachulí, ládano y altas dosis de animálicos, haciendo hincapié en que en esa época se utilizaban tinturas animales naturales, lo que confería unos matices únicos y totalmente diferentes a las creaciones contemporáneas.

Tras el impacto de Tabú y la Segunda Guerra Mundial, el golpe de efecto lo dio Christian Dior con su New Look, "una verdadera revolución", según palabras de Carmel Snow, redactora jefe de la revista *Harper's Bazaar* de Estados Unidos, para el que necesitó metros, metros y metros de tela en un momento de absoluta carestía. Esa mujer "flor" descaradamente femenina de estilo *corolle* que ideó el diseñador debía tener su contraparte fragante: Miss Dior (1947), que debía expresar la esencia de esa nueva mujer que el costurero había ideado, con ese eterno contraste entre frescor y calidez, entre feminidad y sofisticación; la alta costura traducida a perfume, pero con reminiscencias de su añorado jardín romántico de Granville, el pueblecito de Normandía que vio crecer a Dior y donde hoy se ubica su museo.

Su pirámide se estructura entre las notas de gardenia, gálbano, *Salvia sclarea* y aldehídos en la salida; jazmín, rosa, neroli, narciso, iris, clavel y lirio de los valles en las medias; y pachulí, ládano, musgo de roble, ámbar gris, sándalo, vetiver y Cuir de Russie [161], como notas de fondo. Dicen que en su origen bebía de las fuentes de Chypre, de François Coty (1917), el acorde chipre que realmente marcó el devenir de todos los chipres y por el cual se originó la familia olfativa del mismo nombre; y Vent Vert de Balmain (1947), formulada por Germaine Cellier, una de las pocas *narices* femeninas dentro de un mundo dominado por hombres, reconocida por sus composiciones audaces.

Vent Vert, con su sobredosis de gálbano, se consideró el primer perfume verdaderamente "verde" de la historia, por lo que las primeras versiones de Miss Dior jugarían entre la terrosidad *achiprada* del musgo de roble, el pachulí y el vetiver, el frescor de las notas verdes (gálbano, salvia sclarea) y la algarabía floral de la gardenia, el jazmín y el lirio de los valles. Volviendo a Cellier, también creó para Robert Piguet la mítica Fracas (1948), esta vez con sobredosis de nardo, pero el nardo más indólico y oscuro que uno pueda imaginar; una composición audaz, inquietante y muy arriesgada que pretendía enfatizar el lado opuesto a Miss Dior, el más salvaje de la mujer, una mujer que dejaba a su paso la estela indeleble del erotismo. Otro de los casos de éxito de Cellier fue Bandit (1944), el primer chipre coriáceo de la historia que logró con isobutil-quinolina, una molécula sintética que aporta esos matices de cuero verde, amaderado, terroso, tal del gusto de la época del jazz, del swing y del bop neoyorquinos. Una molécula *vintage* rescatada por la perfumería nicho de Frédéric Malle con Rose & Cuir (2019), una deliciosa creación del maestro Jean-Claude Ellena.

Lejos de los chipres intensos y los orientales densos que dominaron la primera mitad del siglo XX, un joven Robert Ricci buscaba la estela del misterioso poder de seducción de la mujer, pero lejos de las notas incisivas y audaces de sus predecesores. Quería explorar la genuina esencia de la ternura, "el perfume no es un producto de marketing, su creación es un acto de amor. Debe reflejar el alma de la mujer que lo lleva" (Edwards, 1998). Tras fundar con su madre, la gran Nina Ricci, su casa de alta costura en 1932, la desazón de la guerra le hizo pensar que la alta costura era una materia incierta, sometida a un carácter cambiante y efímero, un lujo reservado solo a unos pocos; sin embargo, los perfumes se podían ofrecer a una clientela universal y eran capaces de satisfacer a largo plazo a un coste inferior.

Del mismo modo que Miss Dior, L'Air du Temps (1948) celebró la feminidad y esa cierta ligereza despreocupante que había sido eclipsada por la negrura de la guerra. Un *peace & love* olfativo en toda regla, con dos palomas blancas que coronaban el tapón como símbolo de paz, libertad y fin de la tristeza. Su jugo condensó ese "aire de los tiempos" que invitaba a vivir plenamente, disfrutando cada segundo. Tenía que atrapar la alegría de recuperar la esperanza, la promesa de la felicidad. Un perfume floral especiado, delicado y romántico, creado por Roure, extraordinariamente sencillo, incluso ñoño en su concepto, que terminó convirtiéndose en "el ejemplo perfecto de simplicidad clásica", con su estructura bien armada y su elenco de naturales de alta calidad. La muestra impecable de una total coherencia. Quien haya tenido la suerte de disfrutar el genuino aroma de L'Air du Temps, sabrá de qué hablo. Esa perfecta cadencia que se esconde entre sus notas y sobre la piel te parece susurrar: todo irá bien…

A modo de conclusión, intentar desenmarañar el misterio que hay detrás de por qué unas creaciones se anteponen a otras llevándose la fama (otros cardan la lana) requiere altas dosis de intuición y una buena porción de desconcierto. La disrupción es un elemento necesario en la creación; revolucionar supone marcar un punto de inflexión y, para inventar, hay que ir contracorriente. Máximas lógicas que no llegan a explicar por qué Houbigant, con Fougère Royale (1882), pionero en utilizar materia prima sintética en perfumería y en perfilar la familia olfativa de los *fougères*, fue arrollado por Jicky de Guerlain (1889), considerado "el primer perfume moderno" y la primera composición sofisticada de la historia con sus múltiples facetas frescas, florales, especiadas, orientales y animales.

La genialidad de Jicky fue que nunca podría haber existido en la naturaleza, mientras que Fougère Royale era la expresión misma de la naturaleza más abrupta. Guerlain había creado al mismo tiempo "una obra de arte y una nueva forma de arte", según palabras del crítico Chandler Burr.

Jicky fue pionero en la modernidad, un título que, sin embargo, le fue arrebatado unos 30 años más tarde por Nº 5 de Chanel (1921), con su cristalina sobredosis de aldehídos y su flamante jazmín indólico llevando su estructura más allá de la innovación, convirtiéndose en el primer "perfume abstracto" de la historia.

Aromas icónicos como Chanel Nº 5 o L'Air du Temps de Nina Ricci tuvieron de especial que fueron capaces de revolucionar la forma en la que olían las mujeres, captando qué deseaban para ponérselo en un frasco, no solo por la audaz decisión de incluir moléculas olfativas inéditas hasta el momento (los aldehídos en la primera y el salicilato de bencilo la segunda, un inesperado impacto al sentido del olfato por su punto limpio, balsámico, sensual y envolvente), sino porque ambos fueron capaces de cincelar las curvas de la mujer del momento. La que ansiaba (y la que compraba). Coco Chanel lo dejó claro, quería un aroma capaz de definir a la mujer moderna que ella personificaba: libre, al margen de estereotipos y clichés, que cruzase los límites entre la dama y la amante. Y L'Air du Temps celebró una reluciente feminidad, un canto a la libertad de la nueva mujer de posguerra. Todas ellas, y todas las que vinieron después: Moustache de Rochas (1949), Eau Sauvage de Dior (1966), Opium de Yves Saint Laurent (1977), Anaïs Anaïs de Cacharel (1978), Poison de Dior (1985), Samsara de Guerlain (1989) o Angel de Thierry Mugler (1992), incluso Charlie de Revlon (1973), tuvieron algunos nexos en común: la audacia en la composición, la vanguardia en la presentación, cómo lo comunicaron y haber sido capaces de captar "el aire de los tiempos".

Del 'listo para usar' al selectivo *niche*

Fue precisamente Charlie (1973) el detonante de una contracorriente clandestina que pondría la nota discordante en la corriente general del perfume "de masas". Pero pongámonos en antecedentes. Revlon, una empresa americana fundada en 1932 para la venta de esmaltes de uñas, que terminó ampliando su oferta con cosmética y perfumes, fue la artífice de uno de los lanzamientos más mediáticos de la década. Para ello, se sirvió de una *bestia* que ellos mismos (los norteamericanos) denominaron *marketing*. Charlie reunía muchos elementos: fue objeto de una gran campaña protagonizada por la modelo y actriz Shelley Hack, una de las rubias esculturales que pocos años más tarde protagonizaría *Los ángeles de Charlie*, la serie estadounidense que se convertiría en todo un fenómeno mediático.

Shelley lucía pantalones en lugar de los clásicos vestidos seductores de los

anuncios de perfumes de la época (fue el primer anuncio de fragancia femenina en el que la modelo llevaba pantalón), representando así el nuevo modelo de mujer que se estaba forjando: liberada, independiente y segura de sí misma; y lanzaba un mensaje muy claro a un público muy objetivo: ¡cómprame y libérate! Hasta el momento, los perfumes los solían comprar los hombres, especialmente en la época de Navidad cuando las ventas se disparaban; el mensaje lo transmitían modelos glamurosas, vestidas de noche, y el único objetivo de la fragancia, como pieza de lujo, fue atraer el romance y reflejar estatus. Sin embargo, Charlie rompió con la manera habitual de percibir el perfume.

La tradicional imagen de lujo y elitismo de las fragancias francesas declinó a favor de lo informal y cotidiano, una mujer más joven y contemporánea, espontánea y dueña de su propia vida. De hecho, en esta época, las marcas francesas experimentaron una disminución de su cuota de mercado y pérdida de dominio como consecuencia del *marketing* agresivo de las marcas americanas. Aunque hubo muchas declinaciones de la fragancia (Charlie Blue, Charlie Pink, Charlie Divine, Charlie Sexy, Charlie Oriental…), la fórmula original, compuesta por el perfumista Francis Camail, contenía muchos de esos aromáticos que habían conducido a la fama a míticos de la historia, como los aldehídos, melocotón, clavel, iris, rosa y jazmín, musgo de roble, almizcles o vainilla. Pero eso no parecía importar. Daba igual lo bien o menos bien que oliese Charlie, la consumidora solo tenía un objetivo: *quiero ser Charlie*. El perfume de Revlon, gracias a su astuta y afinada campaña de publicidad, fue una rotunda declaración de intenciones. Al cabo de tres años, fue la más vendida del mundo, convirtiéndose en la primera fragancia estadounidense en alcanzar el estatus de *bestseller* internacional.

Una de las contribuciones más importantes que hizo Charlie a la industria del perfume fue introducir la categoría de "fragancias *lifestyle*", fomentó el uso dilatado y la democratización del consumo gracias a su precio irresistible. Charlie nunca intentó tener una imagen exclusiva; el diseño de su frasco, rotundamente sencillo y sin pretensiones, a deferencia de los fastuosos diseños de la perfumería francesa, resultó amigable y práctico, perfecto para la nueva mujer; total, tampoco dependía del caché del nombre de ningún diseñador.

Al igual que Charlie, hubo muchos otros "fenómenos del *marketing*", como Alliage de Estée Lauder (1972), concebida como fragancia de uso diario y no ocasional como el perfume de antaño, y la demanda de masas se apoderó de una industria hasta el momento selectiva, limitada y muy costosa. First, de Van Cleef & Arpels (1976), desarrollado por el entonces joven talento Jean-Claude Ellena, de Roure-Givaudan, fue el "último perfume importante del

siglo que no utilizó *marketing*", según el experto Michael Edwards. La ocasión lo merecía: el 70 aniversario de la selecta marca joyera que planteó su primer perfume como la última joya que una mujer se debía poner antes de salir se convirtió en una de las postreras composiciones de alta costura y regusto *vintage*, formulada según los cánones de la perfumería tradicional. Ellena, que quería partir de un floral aldehídico clásico, se diferenció del resto de creaciones del mismo corte (como Chanel Nº 5) sirviéndose de dos notas bastante novedosas y poco exploradas en ese momento: las bayas de grosella negra y el hedione, esa molécula *ajazminada* que aporta a la fragancia mucha luminosidad y, curiosamente, estimulaba las zonas de placer del cerebro activando la adicción (no en vano su nombre proviene del griego *hedone* 'placer'), usada en la actualidad con tal fin por marcas como Initio Parfums Privés para conferir a sus composiciones una connotación más emocional.

En síntesis, entender el nuevo fenómeno que estaba "azotando" a la perfumería tradicional pasa por comprender la "americanización" internacional del consumo, que impulsó actitudes neófitas ávidas de novedades a corto plazo. Un fenómeno provocado por ciertos cambios que eclosionaron en el ecuador del siglo: el auge y desarrollo de las moléculas de síntesis que abarataban la producción y aceleraban la fabricación; una transformación sociocultural radical, centrada en la cultura juvenil y el movimiento de mujeres, que moldeó un nuevo estilo de vida. Las selectas perfumerías de finales del XIX y principios del XX dieron paso a los grandes almacenes y al autoservicio, donde uno podía probar y seleccionar entre una miríada de creaciones que abarrotaban los anaqueles; y la gran revolución en la moda a nivel internacional, rubricada por el *prêt-à-porter*, *ready to wear* o listo para llevar, con la fabricación de prendas a gran escala, en menor tiempo y a precios más asequibles, también tuvo su reflejo en el perfume, asumiendo una forma de producción similar.

En los ochenta y noventa, las fragancias no eran más que mezclas embotelladas destinadas a estereotipos de hombre y mujer, vastas categorías socioculturales con necesidades comerciales determinadas por el *marketing*. Este nuevo fenómeno dejó en la estacada a pequeñas empresas, perfumerías o marcas independientes, que eran incapaces de competir con los grandes emporios de belleza que comenzaban a forjarse (la francesa L'Oréal Paris, creada en 1909 por el químico Eugène Schueller, o la estadounidense Estée Lauder, fundada por Josephine Esther Mentzer y su esposo en 1946 que, poco a poco, se fueron haciendo con nuevas adquisiciones estratégicas que comenzaron a engrosar su nutrido portfolio). En este contexto, comenzaron a surgir otras opciones de consumo, más sosegadas y exquisitas, más limitadas y elitistas. Y así brotó el germen de lo que más tarde se denominó *niche*, una

forma de consumo alternativa para unos pocos *connoisseurs* que apreciaban las fragancias fundidas "a fuego lento", donde la libertad creativa y la elevada calidad del producto prevalecían sobre la estrategia comercial y publicitaria.

Datar el nicho, una de las categorías de la industria de perfume más rentables e inspiradoras en la actualidad, es una labor ardua. No sabemos quién fue el primero pero sí hemos seguido pistas. La inusual y abigarrada propuesta de Diptyque (1961), con su recoleta tienda parisina en el 34 del Boulevard Saint-Germaine, de tejidos estampados, quemadores de incienso indios, fascinantes hallazgos obtenidos en sus múltiples viajes y objetos de decoración que no se podían encontrar en otro lugar, no pasó desapercibida. Fundada inicialmente como un curioso bazar al estilo de los gabinetes de las maravillas del XVII, por concepto, propuesta y oferta, podría considerarse la avanzadilla del *niche*. Su insólita creatividad —tinta negra sobre fondo blanco, con patrones rebeldes e irreverentes y letras que bailan en un juego visual— se ganó el aprecio de muchos adeptos.

La idea inicial de Diptyque fue promocionar perfumes ingleses y, en 1963, debutaron con sus primeros objetos aromáticos: sus míticas velas, con aromas e ingredientes oriundos de algún lugar exótico del planeta e historias detrás que incitaban a la imaginación y el deseo. Como amantes del interiorismo, sabían que generar atmósferas perfumadas ofrecería una vía de escape para la mente y los sentidos; hacer de los espacios una versión a medida de quienes los habitaban. Las claves de su éxito: química creativa, una gran intuición y exquisita atención al detalle.

En 1968 surgió L'Eau, su primer *eau de toilette* un tanto inusual, inspirado en la clásica receta de *pomander* del siglo XVII del botánico inglés Culpeper que Desmond Knox-Leet, uno de los fundadores, decidió reinterpretar creando una pasta perfumada a base de canela, clavo, rosa, geranio y sándalo, con el objetivo de convertirla en vela. Finalmente, decidió declinarla en formato alcohólico, iniciando así su selecta línea de L'Eaux. Pero Desmond intuía que L'Eau sería algo más que una simple agua perfumada, convirtiéndose en una declaración de estilo, un jugo sin género que rompió moldes en ese momento, por su concepto y sus ingredientes, ya que no era habitual encontrar especias en las fragancias de la época; una nota olfativa que caldeó aún más las calles de París repletas de jóvenes rebeldes alzados en protesta en una década un tanto convulsa.

Diptyque abogó por una filosofía mixta, recuperando el pasado como fanáticos de la cultura ancestral, con el diseño díptico de sus etiquetas ovaladas inspiradas en los escudos pretorianos; reminiscencias y leyendas de antiguos paraísos lejanos en sus jugos, como el sándalo de los templos de Indochina en Tam Dao, o las flores voluptuosas, como la tuberosa, de Do Son;

y una modernidad visual que, en cierto modo, bebía de las fuentes del *op art* (arte óptico), el movimiento artístico del momento, con reminiscencias del *art nouveau*, macerado en el bagaje estético y artístico de sus tres fundadores. Cada fragancia de Diptyque cuenta un viaje, un *olfactory journey*, pequeñas historias "líquidas" con un sello olfativo inconfundible que hicieron que muchas personas soñaran con los mundos oníricos finamente ilustrados en sus frascos.

Pero Diptyque competía con ciertas incursiones británicas sólidas, como la mítica Penhaligon's, fundada en un inicio como barbería por William Penhaligon en 1870 en el 66 de Jermyn Street, de Londres. Su primer perfume, The Hammam Bouquet (1872), inspirado en los baños turcos del lujoso barrio londinense de Mayfair y los bañistas que iban a acicalarse a su céntrica barbería, conquistó durante más de un siglo —y sigue hoy cautivando — a un público que supo apreciar el exquisito refinamiento inglés, otorgando la certeza de continuidad a una distinguida marca que aún sigue fiel a su *heritage*, a pesar de haber sido adquirida por el grupo Puig.

Proveedor de la casa real inglesa desde inicios del XX para la reina Victoria, el príncipe de Gales y el duque de Edimburgo, a lo largo de su existencia, Penhaligon's se ha nutrido de ese característico humor británico para dar forma a muchas de sus creaciones, como una de sus últimas colecciones, Portraits, con frascos de empaque sólido, sencillas etiquetas y tapones esculpidos con cabezas de animales que cuenta historias como la de Clandestine Clara (2017), una criatura compleja e irresistible con cabeza de pavo real, que seduce por su aroma cálido, exuberante y persistente; o el Terrible Teddy (2019), el rinoceronte, un hombre misterioso y tímido pero deslumbrante al mismo tiempo, amante de la caza, cuya estela característica rezuma aromas coriáceos, balsámicos y ambarinos. Cada fábula de Portraits está copiosamente ilustrada con las hazañas de sus protagonistas, una alegoría ensoñadora que se cuenta desde las propias cajas. A pesar de mantener una imagen tradicionalista y rescatar historias del pasado, Penhaligon's se sirve de los mejores maestros perfumistas del presente para crear sus jugos, como Bertrand Duchaufour, Olivia Giacobetti, Olivier Cresp o Alberto Morillas, y los ingredientes más avanzados gracias a tecnologías como la extracción por CO_2 supercrítico [162] o Nature Print, el método patentado de Firmenich [163] que permite desarrollar elementos olfativos inéditos o aromas que antes resultaba imposible incorporar a una composición.

Dos referentes ineludibles que, en un momento frenético, tuvieron la convicción de que una perfumería alternativa a la masiva podía existir. Pero en términos estrictos, muchos aseguran que el verdadero "padre" del nicho fue Jean-François Laporte, quien desarrolló el concepto completo de lo que más

tarde se denominaría *niche*. Químico de formación, visionario, apasionado de la botánica y los perfumes que, tras crear Sisley Paris en 1972 y venderla después al conde Hubert d'Ornano, en 1976 fundó L'Artisan Parfumeur, con el anhelo de rescatar de la perfumería tradicional ese gusto por los soliflor o creaciones centradas en un solo ingrediente botánico ensalzando su majestuosidad, utilizando para ello materia prima natural de la mejor calidad.

Laporte consideró la perfumería como una forma de arte y el perfume debía tratarse como una obra de arte en sí misma. Se inspiró en recetas antiguas y se decantó por ingredientes poco comunes, como el apio o el laurel, aunque cuentan que fue el plátano el que le incitó a probar con aromas frutales, poco experimentados en perfumería. Así surgió el perfume más icónico de la marca, su *bestseller*: Mûre et Musc (1978), una composición abstracta, pero de absoluta sencillez, sin género ni edades, que jugaba con el aroma de la mora, el fruto de la zarzamora, reposando sobre una base de almizcle blanco, de esos almizcles nítidos, pulcros y cristalinos que tan bien conocemos hoy. Mûre et Musc marcó un hito, un punto de inflexión olfativo por ofrecer una fragancia inédita, nada parecido a lo antes olido.

Del mismo modo sucedería en la década de los noventa (al margen del *niche*) con los aromas acuáticos, frescos y ozónicos que inauguró la molécula calone (así como una nueva categoría olfativa), aislada de la cetona de sandía, presente en mitos del siglo XX como Escape (1991) o CK One (1994) de Calvin Klein, L'Eau d'Issey de Issey Miyake (1994) o Acqua di Giò de Giorgio Armani (1996). Una hazaña que también rubricó Angel de Thierry Mugler (1992), la bofetada olfativa a una década bañada en la frescura de la brisa marina de los novedosos ozónicos.

Angel fue en dirección contraria, convirtiéndose en el primer *gourmand* moderno, rico, goloso, con su olor cálido a manzanas caramelizadas y algodón de azúcar, comenzó siendo una combinación de chocolate, miel y vainilla que se reforzó con pachulí para ensalzar aún más la voluptuosidad del jugo, y se contrastó con las notas frescas, ligeras, aireadas y etéreas del helional y hedione para recrear esa sensación de espacio azul, puro y estrellado que deseaba el diseñador. "Un postre olfativo", según el psicólogo Joachim Mensing, que atravesó todas las barreras clásicas definiendo una de las familias olfativas más jugosas en perfumería: la *gourmand*.

Del mismo modo que Diptyque, L'Artisan Parfumeur también desarrolló una completa línea de fragancias de ambiente para ampliar el universo olfativo de la marca y extender su filosofía a través de sus *boutiques*, espacios selectos, muy cuidados, ubicados en zonas estratégicas de la ciudad, con una atención al cliente selecta y ultra personalizada, a diferencia del *self-service* de los grandes almacenes. Esa pasión por la botánica de Laporte, hizo que en

cada *boutique* de L'Artisan Parfumeur, se crease un pequeño jardín, como un espacio botánico para que el cliente sintonizase con el concepto de la marca y los ingredientes presentes en las fórmulas. No en vano, Laporte configuró Le Jardin du Parfumeur, en Borgoña (Francia), un lugar para descubrir el mundo botánico del que se sirve el perfumista, sus esencias, especias y otras rarezas. No confundir con Le Jardin du Parfumeur de Versalles, un enclave histórico ubicado en la mismísima l'Orangerie de Châteauneuf, en el corazón del Petit Trianon, promovido por otro de esos destacados perfumistas del *niche*, Francis Kurkdjian, una visita sensorial abierta al público donde explorar y entender por qué el rey Sol fue tan fan de la flor de naranjo, entre otras curiosidades. Jean Laporte continuó construyendo el *niche* con Maître Parfumeur et Gantier (1988), un guiño y soberano homenaje a los inicios de la perfumería artística francesa, con los guantes perfumados que dominaron la escena fragante desde el medievo, y situaron a Grasse como epicentro del arte del buen olor. Sus aromas refinados y elegantes, rescatados de recetas antiguas, despertaron una inusitada nostalgia por la era preindustrial y las composiciones artesanales, en las que la materia prima se expresaba en su máximo esplendor.

Bajo el lema *"Debe godersi la vita"* (debes gozar de la vida), una mezcolanza entre *carpe diem* y *dolce far niente*, surgió Annick Goutal (1981), otra de las perfumeras independientes que, con sus composiciones románticas y delicadas, nos hizo recordar que la felicidad siempre es el objetivo. Eau d'Hadrien, su primer perfume, rememoraba unas vacaciones en la Toscana, su sol y sus terruños bordeados por cipreses y cítricos. Con Ce Soir ou Jamais (1999), la historia de una obsesión, quiso recrear una rosa perfecta, una rosa afrutada, y lo mezcló con hibisco, pera, semillas de *ambretta* (almizcle vegetal) y ámbar. Algo tan aparentemente sencillo se llevó 15 años de trabajo y más de 160 ingredientes en una fórmula realmente compleja.

En el año 2000, surgió Editions de Parfums Frédéric Malle, un señor que puso su nombre a la marca, pero que no creó ninguno de sus perfumes. A cambio colaboró con "las narices" más respetadas y destacadas del momento, como Edmond Roudnitska, el artífice de la primera creación de la casa —Le Parfum de Therese—, una receta que el maestro desarrolló para su mujer en 1950, pero legó a Frédéric Malle para asegurarse de que fuese recordada, convirtiéndose en la fragancia debut de la casa. Lo interesante de Malle fue precisamente poner en marcha algo inédito y revolucionario, convertirse en "editor" de perfumes trabajando mano a mano con el perfumista, pero sería el perfumista el absoluto protagonista, figurando su propio nombre en el frasco y la caja del perfume, posicionándolo en el epicentro de la creación. Malle pensaba que era injusto que permanecieran ocultos, detrás de sus creaciones,

como formuladores fantasma; por ello, puso a su disposición su marca y la ofreció como paraguas protector que albergara la más absoluta libertad creativa a perfumistas de renombre: Dominique Ropion, Carlos Benaim, Jean-Claude Ellena o Anne Flipo.

Carnal Flower (2005), compuesto por Dominique Ropion, uno de sus perfumes más emblemáticos en torno al nardo, pero un nardo verde, floral y menos indólico de lo habitual, requirió un sinfín de intentos y entre 6 y 18 meses para componerlo. Después del narcótico Fracas (el punto de referencia para todos los nardos), cualquier composición se pondría en tela de juicio. Pero el referente para Frédéric Malle no podía ser otro que Tubereuse Criminelle (1999), compuesto por Christopher Sheldrake para Serge Lutens, con esas vetas verdosas que buscaba Ropion, pero cierto regusto ambarado y especiado.

Serge Lutens fue otro de esos pioneros del *niche*. Con su olfato singular y su majestuosa creatividad ofrecía otra visión del perfume. Se alejó, como otros muchos, de los estandarizados discursos de la perfumería, al margen de tendencias, para expresar más la emoción, su punto de vista insólito y alternativo de este arte.

Su exacerbado gusto por lo oriental le hizo explorar esta familia olfativa hasta el delirio (Bois Oriental, 1992; Ambre Sultan, 1993; Cuir Mauresque, 1996; Arabie, 2000; Chergui, 2001), comenzando con una de sus creaciones más emblemáticas: Féminité du Bois (1992), a cargo del perfumista Christopher Sheldrake para Shiseido, quien, posteriormente, pasó a formar parte de la casa Lutens como perfumista de cabecera. Féminité du Bois, a pesar de estar cargado de especias y madera, de tonos afrutados y almibarados, tiene una salida y mantiene una evolución absolutamente elegante y muy sensual. Centrado en el cedro del Atlas (contenía hasta un 60% en la composición original), abordaba la feminidad desde un prisma distinto; no en vano, la traducción española de su nombre, 'feminidad de la madera', representa una paradoja en sí misma: hasta el momento, las maderas tenían un cariz masculino, su sequedad y astringencia las hacían más varoniles. Lutens jugó con este simbolismo sin esquivar lo femenino ni comprometer lo masculino, buscando la expresión del lado masculino en la mujer y viceversa. No podemos decir que fue el primer unisex de la historia, pero sí se recreó en ese discurso.

Al igual que Lutens, Malle o Goutal, surgieron otras muchas que engrosaron este selecto segmento de la industria desvirtuando en cierto modo su *leitmotiv*: del capricho de unos pocos al anhelo de muchos. La estandarización del olor con las propuestas masivas de la industria hizo al consumidor "rebuscar" en la oferta para encontrar opciones más

individualizadas. Ya no queríamos oler igual que el otro, ansiábamos ser únicos. El aumento de la notoriedad de estas marcas más exclusivas e independientes supuso una llamada de atención a los grandes emporios que también querían parte del pastel. Comenzaron a diseñar líneas más exclusivas que competían en calidad y concepto con esas creaciones que tan de moda estaban. Chanel lanzó Les Exclusifs, su gama de perfumes más lujosa; Dior la Collection Privée, o Yves Saint Laurent, Le Vestiaire des Parfums, entre otras muchas. Pero querían más. ¿Por qué no comprarlas? El grupo Puig se hizo con L'Artisan Parfumeur, Penhaligon's y Byredo; Estée Lauder con Editions de Parfums Frédéric Malle, Kilian Paris y la mítica Le Labo; y L'Oréal, con Maison Margiela y Atelier Cologne.

Este entorno ferozmente competitivo, en el que las marcas luchaban por crear y mantener su identidad distintiva, hizo que surgiera una versión más alternativa del *niche*: el nicho del nicho, pequeñas marcas de autor, independientes, artesanas, con composiciones verdaderamente únicas, hechas a mano en cantidades limitadas y materia prima insólita y de elevada calidad. La búsqueda de ese "olor inédito", nunca antes compuesto, que marque un punto de inflexión, sigue azuzando la creatividad de los perfumistas y el ingenio de los proveedores de materia prima, como Givaudan, Firmenich, Mane o IFF que, con sus *captive molecules* o moléculas cautivas, ingredientes secretos diseñados en exclusividad como si de una patente se tratara, por las que los perfumistas claman pues no pueden ser utilizadas por otros durante un tiempo determinado.

Olores completamente nuevos en manos de los mejores maestros perfumistas que trabajan en exclusividad para esos grandes proveedores. Así surgieron moléculas pioneras, como Akigalawood (Givaudan), con sus facetas ahumadas, de pachulí y agar; CristalFizz (IFF), geseoso, cítrico, cristalino, ozónico, aldehídico; o Ambrofix, una potente nota de ámbar y uno de los más demandados en la actualidad, proveniente de la fermentación de la caña de azúcar de origen sostenible, fácilmente biodegradable y cien por cien natural. Porque eso es lo que ansía la perfumería del XXI: ser ecoconsciente, un titánico desafío para una industria que, para satisfacer los gustos más exquisitos, llevó casi a la extinción a especies como el sándalo Mysore, el ciervo almizclero o la madera de agar.

Una industria que ahora se sirve de materia prima engendrada por biotecnología y procesos tecnológicos ultraavanzados que respetan la especie y el entorno en el que habita. Y en medio de un polémico discurso entre qué es más ecológico y sostenible, si la materia prima natural o la sintética, la salud y el bienestar se posicionan como catalizadores de la innovación. El alcohol, esa base que tantas alegrías nos ha dado en las composiciones más

exquisitas, se ha convertido en el niño malo de la película por otorgarle reacciones un tanto cuestionables. El *alcohol-free* es la nueva consigna. En su lugar, las bases en aceite, retomando los antiguos *attar* indios y las mixturas árabes, están al alza; la tecnología patentada de perlas microfluídicas a base de alginatos que preservan el precioso aceite aromático hasta que se rocía, liberando así la fragancia, igual que la novedosa WPE® Ultradrops, de Neovix Biosciences Paris, o los compuestos en una emulsión agua-planta, que también empiezan a coger forma.

Concluyo pidiendo disculpas al lector o lectora por la patente presteza en diseccionar dos siglos plagados de hitos fragantes para plasmarlos en tan solo unas escuetas líneas. Dos siglos donde la industria se hizo tan "jugosa" que, incluso, se llegaron a forjar nuevas figuras, como el crítico de perfumes. Insto a los interesados a escudriñar el papel de referentes como el periodista Chandler Burr o el biofísico experto en el sentido del olfato Luca Turin, con sus ensayos sobre lo que es aceptable o inaceptable en materia olfativa. "Compiladores", como Michael Edwards, siempre al pie del cañón en las ferias de perfume más punteras pertrechado de papel y boli (años más tarde pasó a la tableta) para chequear, organizar y ordenar todo el arsenal fragante surgido durante un año, además de rememorar los míticos y los icónicos, los que marcaron su época o los que supusieron un punto de inflexión. Sus bases de datos muestran todos los lanzamientos, de la A a la Z, un maremágnum de reseñas aromáticas con mayor o menor esplendor.

O los *scent hunters*, los buscadores de los mejores recursos naturales para la perfumería, como Dominique Roques, una labor encomiable y muy desconocida que pone en manos del perfumista el jazmín que mejor huele, el de mayor calidad. Un siglo —el XXI— donde las redes sociales nos han impuesto los nuevos "mesías del olor", con sus rústicas puestas en escena, donde muestran su supuesta sabiduría en torno a los jugos de honor, principalmente del *niche*, que denota más *sapiencia*, por eso de que todavía no son de dominio público (démosle tiempo…), movidos por el único motor de la subjetividad. Qué es el perfume si no, nada más que una apreciación personal de lo que huele bien o mal. Un siglo donde el perfume se describe como una mera composición olfativa que se ciñe a la armonía entre sus notas de salida, corazón y fondo (cuánto daño hizo Septimus Piesse…). Mientras las marcas se afanan con *storytelling* abigarrados, del otro lado tan solo se percibe si "huele a limpio" o no, que en las sociedades "desodorizadas" posmodernas es lo que impera. Como dice Luca Turin: "No es el olor lo que es subjetivo, sino el lenguaje".

Bibliografía

Aftel, Mandy (2002): *Pequeña historia del perfume. La alquimia de las esencias*, Barcelona, Paidós Ibérica.

Akasoy, Anna y yoeli-tlalim, Ronit (2007): "Along the Musk Routes: Exchanges between Tibet and the Islamic World", *Asian Medicine*, 3, pp. 217-240.

Akbar Husain, Ali (2017): "Perfuming the Heart: A Study of a Seventeenth-Century Perfumery Treatise from Islamic India", en D. Fairchild Ruggles (ed.), *Sound and Scent in the Garden*, Washington, D.C., Harvard University Press.

Arvide, Mª Luisa (2014): *Un Tratado de Estética y Cosmética en Abulcasis,* Barcelona, Grupo Editorial Universitario.

Balfour, John Hutton (1866): *The plants of the Bible*, Londres, T. Nelson & Sons.

Baker, Patricia (1980): "The Frescoes of Amra", *Saudi Aramco World*.

Bedini, Silvio A. (1963): "The scent of time. A study of the use of fire and incense for the time measurement in oriental countries", *Transactions, American Philosophical Society*, 53(5).

Bennett, Chris (2023): *Cannabis: Lost Sacrament of the Ancient World*, Chicago, Keneh Press.

Bermejo, Jose María (2003): *Paraísos de Al-Ándalus, el jardín hispano-árabe*, Segovia, Artec Impresiones. *Paraísos de Al-Ándalus, el jardín hispano-árabe* Bertholet, Ferry M. (2010): *Concubines et courtisanes*, París, Imprimeria Nationale.

Blonski, Michel (2007): *Pline, les Perses, le parfum: analyse d'un fantasme. Revue de philologie, de littérature et d'histoire anciennes* (tomo LXXXI), París, Éditions Klincksieck.

Boghanim, Hannah (2023): *Parfums d'Orient*, París, Institut du Monde Arabe.

Bouhdiba, Abdelwahab (1975): *La sexualité en Islam*, París, PUF, pp. 199-201.

Briot, Eugénie (2008): "De l'Eau Impériale aux Violettes du Czar. Le jeu social des élégances olfactives dans le Paris du XIXe siècle", *Revista de Historia Moderna y Contemporánea*, nº 55, pp. 28-49.

Brown, John P. (2014): *The Dervishes or Oriental Spiritualism*, Whitefish, Literary Licensing.

Burr, Chandler (2004): *The Emperor of Scent: A True Story of Perfume and* Obsession, Nueva York, Penguin Random House.

— (2009): *The Perfect Scent: A Year inside the Perfume Industry in Paris and New York*, Estados Unidos, Picador.

Bustamante Álvarez, Macarena y Ribera i Lacomba, Albert (2017): "Oler a la moda. El complejo perfumero de la Casa de Ariadna (Pompeya)", *Diseño de moda: teoría e historia de la indumentaria*, nº 3, pp. 73-83.

Carod-Artal, Francisco Javier (2013): "Plantas psicoactivas en la antigua Grecia", *Neurosciences and History,* 1(1), pp. 28-38.

Caseau, Beatriz A. (1994): *Euodia: The use and meaning of fragrances in the Ancient world and their Christianization,* Nueva Jersey, Princeton University.

Casinos Mora, Francisco Javier (2015): *La restricción del lujo en la Roma republicana*, Madrid, Dykinson.

Cheng, Linsheng (2018): "On the Use of Sandalwood Incense in Buddhism, the Voice of Dharma", *Voice of Dharma*, 407(7), pp. 48-53.

— (2022): "Sandalwood and Human Beings: A Perspective of Environmental History", *Journal of Development and Social Sciences*, 3(3), pp. 304-316.

Cherpion, Nadine ([1994]2023): *Les peintres de l'Egypte ancienne: Leur langage. Leurs palettes. Leurs styles*, Bruselas, Éditions Safran.

Corbin, Alain (1982): *El perfume o el miasma. El olfato y lo imaginario social en los siglos XVIII y XIX*, París, Éditions Aubier Montaigne.

Coulter-Harris, Deborah M. (2013): *The Queen of Sheba, Legend, Literature and Lore*, Londres, McFarland.

Criado, Teresa (2012): *Tratados y recetarios de técnica industrial en la España Medieval. La corona de*

Castilla, siglos XV-XVI, tesis doctoral, Universidad de Córdoba.
Dagognet, François (1952): *Razón y remedios. Ensayo sobre lo imaginario y lo real en la terapia contemporánea*, París, PUF.
De Feydeau, Elisabeth (2006): Un palacio perfumado: la historia secreta del perfumista de María Antonieta, Buenos Aires, El Ateneo.
— (2017): *L'eau de rose de Marie-Hachette Antoinette et autres parfums voluptueux de l'histoire,* Gennevilliers, Editions Prisma.
— (2021): *Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette*, París, Pocket.
De Gencé, Comtesse (1909): *Code mondain de la jeune fille*, París, Bibliothèque des Travails Pratiques, pp. 95-96.
De Souza, Marian; Bone, Jane y Watson, Jacqueline (2016): *Spirituality across Disciplines: Research and Practice*, Suiza, Springer.
Doniger, Wendy y Kakar, Sudhir (2005): *Kamasutra*, Madrid, Editorial Edaf.
Donkin, Robin A. (1999): *Dragon's Brain: Perfume and Historical Geography of Camphor*, Boston, Brill.
Dugan, Holly (2011): *The Ephemeral History of Perfume: Scent and Sense in Early Modern England*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
Ducrest, Georgette (1863): *Mémoires sur l'impératrice Joséphine, sur la ville, la cour, les salons de Paris sous l'Empire*, París, Gallica, p. 63.
Edwards, Michael (1998): *Parfums de légende. Un siècle de créations françaises*, París, HM Éditions.
Ellena, Jean-Claude (2017): *Perfume: The Alchemy of Scent*, Nueva York, Arcade Publishing.
Faure, Paul (1996): *Parfums et aromates de l'Antiquité*, París, Hachette.
Galeano, Eduardo (2006): *Espejos. Una historia casi universal*, Madrid, Siglo XXI.
García Fernández, Jaime (2022): *Acerca del perfume y el olor,* autoedición.
Gatten, Aileen (2006): *A Wisp of Smoke: Scent and Character in the Tale of Genji,* Oxford, The Smell Culture Reader.
Goldsmith, Dora *et al.* (2021): "Eau de Cleopatra: Mendesian Perfume and Tell Timai", *Near Eastern Archaeology*, 84*(*3).
Guiffrey, Jules (1886): *Inventario general del mobiliario de la corona bajo Luis XIV (1663-1715)*, París, Forgotten Books.
Harvey, Susan A. (2015): *Scenting Salvation: Ancient Christianity and the Olfactory Imagination,* Berkeley, University of California Press.
Herman, Barbara (2013): *Scent and Subversion: Decoding a Century of Provocative Perfume*, Connecticut, Lyons Press.
Howes, David (1994): *Aroma. The Cultural History of Smell*, Londres, Routledge.
Jackson, Ralph (1990): "Waters and spas in the classical world", *Medical History*, 10.
Ketller, Andrew (2016): *Ravishing Odors of Paradise: Jesuits, Olfaction, and Seventeenth-Century North America*, Cambridge, Cambridge University Press.
King, Anya H. (2017): *Scent from the Garden of Paradise. Musk and the Medieval Islamic World*, Boston, Brill.
Kukso, Federico (2019): *Odorama. Historia cultural del olor*, Barcelona, Penguin Random Press.
— (2021): *Odoroma. Historia cultural del olor*, Barcelona, Penguin Random House, Barcelona, p. 142.
Lambrugo, Claudia (2018): *Fiori e piante di Afrodite in Grecia*, Bergamo, Lantai World.
Le Guérer, Annick (1988): *Les pouvoirs de l'Odeur*, París, Édition brochée.
— (1999): "Les parfums à Versailles aux XVII et XVIII siècles. Approche épistémologique", en VV AA, *Odeurs et Parfums*, París, Editions du Comité des Travaux Historiques et Scientifiques.
— (2005): *Le parfum: Des origines à nos jours*, París, Editions Odile Jacob.
— (2022): "Parfums d'Histoire, du soin au bien-être", *Musée de Saint-Antoine L'Abbaye.*
Lefebvre, Éric (2018): *Parfums de Chine: L'Encens au temps des empereurs*, París, Musée Cernuschi.
Legrasse, Paul (2023): *Perfume: una guía a quemarropa*, Madrid, Bakkaris.
Maíllo Salgado, Felipe (1992): "Sobre galiya > (al)galia y su contenido", en José Antonio Bartol Hernández, *Estudios filológicos en homenaje a Eugenio de Bustos Tovar, Salamanca, Universidad de Salamanca.*
Manniche, Lise (1999): *Sacred Luxuries: Fragrance, Aromatherapy and Cosmetics in Ancient Egyp*,

Londres, Opus Publishing.
Mchugh, James (2012): *Sandalwood and Carrion: Smell in Indian Religion and Culture*, Oxford, Oxford University Press.
Messinis, Anna (2017): *Storia del profumo a Venezia*, Venecia, Lineadacqua.
Mézan-Muxart, Virginie (2015): *La civette au moyen âge et à la Renaissance: Parfum prophylactique, curatif et aphrodisiaque*, Florencia, Edizioni del Galluzzo.
Miller, Richard A. (1990): *The Magical and Ritual Use of Perfumes*, Vermont, Destiny Books.
Miron, E. L. (2013): *The Queens of Aragon: Their Lives and Times*, Londres, Forgotten Books.
Milwright, Marcus (2021): *The Queen of Sheba's Gift: A History of the true Balsam of Matarea,* Edimburgo, University Press.
Morita, Kiyoko (1992): *The Book of Incense: Enjoying the Traditional Art of Japanese Scents*, Tokio, Kodansha International.
Macmullen, Ramsay (1981): *Paganismo en el Imperio Romano*, New Haven, Universidad de Yale.
Nelson, Thomas (1995): *The Woman's Study Bible*, Nashville, Thomas Nelson.
Oliván Santaliestra, Laura (2012): "Del almizcle al agua de colonia: perfume, olores y percepción olfativa en la España del siglo XVIII", en Inmaculada Arias de Saavedra Alías (coord.), *Vida cotidiana en la España de la ilustración*, Granada, Universidad de Granada.
Paracelso (1990): *Las Plantas Mágicas. Botánica Oculta*, Barcelona, Humanitas.
Pazzanese, Michaela (2020): *La profumeria del Rinascimento tra igiene medicina e seduzione. Storie, tecniche, ricette, personaggi*, Verona, EBS Print.
Pregadio, Fabrizio (1996): *A Short Introduction to Chinese Alchemy,* Stanford, Stanford University.
Petroianu, Georg. A.; Stegmeier-Petroianu, Anka y Lorke, Dietrich E. (2018): *Cleopatra: from turpentine and juniper to ionone and irone,* Miami, College of Medicine.
Phillips, Laura (2021): *Smells and Spells: Plants, Olfaction, and Evolution in the Greek Magical Papyri*, Kansas, University of Kansas ProQuest Dissertations Publishing.
Reinarz, Jonathan (2014): *Past Scents: Historical Perspectives on Smell*, Champaign, University of Illinois Press.
Rimmel, Eugène (2022): *The Book of Perfumes*, Legare Street Press, Estados Unidos.
Roques, Dominique (2023): *El buscador de esencias: Un viaje al origen de los perfumes del mundo*, Siruela, Madrid.
Roudnitska, Edmond (2018): *A Life of Perfume*, Raleigh, Lulu.com.
Samarín, Samuel (2013-2014): *Cuidados terapéuticos en Roma: la hidroterapia*, trabajo fin de grado, Santa Cruz de Tenerife, Universidad de La Laguna.
Sanz Bascuñana, Enrique (2019): *Aromaterapia Sagrada*, Madrid, autoedición.
Schafer, Edward (1985): *The Golden Peaches of Samarkand: A study of Tang Exotics*, Berkeley, University of California Press.
Schopen, Gregory (2015): "The Fragrance of the Buddha, the Scent of Monuments, and the Odor of Images in Early India", *Bulletin de l'École française d'Extrême-Orient*, 101, pp. 11-30.
Schuré, Edouard ([188]2022): *Los grandes iniciados: un estudio de la historia secreta de las religiones*, Madrid, Verbum.
Scott, Emmet (2012): *Hatshepsut: Queen of Sheba,* Nueva York, Algora Publishing.
Silva Santa Cruz, Noelia (2023): "'Y le cubrió la cabeza de algalia pura'. El uso de los aromas en la corte andalusí a la luz de las fuentes textuales y la cultura material", en Noelia Silva Santa Cruz *et al.* (coord.), *(In)materialidad en el Arte Medieval*, Gijón, Ediciones Trea, pp. 179-209.
Starbird, Margaret (1993): *The Woman with the Alabaster Jar: Mary Magdalen and the Holy Grail*, Vermont, Bear & Company.
Stewart, Susan (2007): *Cosmetics & Perfumes in the Roman World*, Stanford, Tempus.
Suri, Vipul (2023): *Itr | Perfume Creation, Self-Discovery and the Art of Allure,* Mumbai, Story Mirror.
Tanizaki, Junichiro ([1933]2023): *El Elogio de la Sombra*, Madrid, Siruela.
Tilar, Mazzeo J. (2011): *El secreto de Chanel N.º 5. La historia íntima del perfume más famoso*, Madrid, Ediciones Urano.
Turin, Luca (2007): *The Secret of Scent: Adventures in Perfume and the Science of Smell*, Nueva York, Harper Perennial.
— (2011): *The Little Book of Perfumes: The Hundred Classics*, Nueva York, Viking Books.

Uzun, Beyza (2015): *Ottoman Olfactory Traditions in a Palatial SpacBurners in the Topkapı Palace*, tesis doctoral, Estambuel, Koç University.

Vermillion, Karl (2012): *Kyphy: The Sacred Scent*, Londres, CreateSpace Independent Publishing Platform.

Vigarello, Georges (2019): *Le Propre et le Sale - L'hygiène du corps depuis le Moyen Age*, París, Editions du Seuil.

VV AA (1998): *Los Misterios del Gineceo*, París, Ediciones Gallimard.

Warner, Felicity (2018): *Sacred Oils: Working with 20 Precious Oils to Heal Spirit and Soul*, Londres, Hay House UK.

Wen, Cuifang (2014): "Study on the Influence of Sandalwood on Chinese Ancient Buddhism", *Lantai World*, 11.

NOTAS

1 . Según el *Diccionario de la Lengua Española*, “estacte” hace referencia al *aceite esencial oloroso, sacado de la mirra fresca, molida y bañada en agua.* A pesar de que hay muchas referencias que entienden la “mirra” como *resina olorosa* de forma genérica, independientemente de su especie pues era complejo precisar, en este caso sí se puede afirmar que se refiere a la mirra, género *Commiphora myrrha*, una de las resinas aromáticas habituales como ingrediente de los sahumerios sagrados, especialmente en el Egipto faraónico, que la quemaban a mitad del día. “Uña aromática”: *onycha*, una especie animal con forma de uña, muy utilizada y apreciada por su complejidad aromática, es el opérculo oloroso de los moluscos gasterópodos, los más valiosos del mar Rojo. Esta especie de branquias, que aún hoy podemos encontrar en algunos zocos orientales, fue componente esencial de muchos rituales incensales, gozó de gran reputación en la China imperial, especialmente en las dinastías Tang y Song (entre los siglos VII y XIV). “Incienso puro” se refiere al olíbano, género Boswellia, otra de las resinas aromáticas más valoradas.

2 . Entre ellos, *Ekottara Agama*, un antiguo texto budista indio temprano ubicado en el canon budista chino.

3 . En sánscrito *Santalum album* indio o sándalo Mysore, por su lugar de procedencia, considerado el de mayor calidad.

4 . Edificio destinado al culto budista, de forma circular y generalmente abovedado.

5 . El *aspalathos*, hoy extinto, ha suscitado gran curiosidad a los etnobotánicos. Según descripciones antiguas, se definía como raíz fragante de aroma terroso, indescriptiblemente dulce como el aroma del castor, dulzón y animálico, lo que nos podría llevar al nardo jatamansi o nardo indio, de similares cualidades olfativas, pero descartado pues se mencionaba del mismo modo en innumerables recetas de composiciones aromáticas junto al *aspalathos*. Según Plinio: “Un árbol de tamaño mediano que tiene espinas blancas y flores como una rosa”, una planta frecuentemente citada pero nunca identificada de manera concluyente. Aunque hay botánicos que la relacionan con la acacia farnesiana, *sweet acacia* o *cassie*, su flor fragante es preciada en perfumería. Además, se refiere a que la raíz tiene propiedades medicinales y es de color rojo, llamándola cetro rojo o *erysisceptrum*, como es el caso de la acacia dulce, que tiene una subcorteza de color rojo óxido y raíces largas, rectas y profundas, que contiene una pequeña cantidad del psicotrópico endógeno 5-MeO-DMT. El botánico italiano Prospero Alpini describió el *aspalathos* en su *De Medicina Aegyptiorum* como si tuviera “una raíz larga y dura de color amarillo rojizo, hojas como ruda, duras espinas blancas y fragantes flores doradas”, todas características exactas de la acacia farnesiana.

6 . Hay evidencias arqueológicas de restos de un templo del siglo V a. C., al sur de Jerusalén, en Tel Arad, con dos altares y dos estelas ahora ilegibles, en los que se identificaron restos de resinas de incienso y cannabis mediante cromatografía de gases y sirvieron como fuente de datación por carbono, un descubrimiento que fue publicado en *Journal of the Institute of Archaeology of Tel Aviv University* (2020), con el título “Cannabis and Frankincense at the Judahite Shrine of Arad”. Hay estudiosos, como Chris Bennett, que defienden que el cannabis tuvo un papel fundamental en la Antigüedad; lleva más de tres décadas investigando el papel histórico del cannabis en la vida espiritual de la humanidad.

7 . De la psicagogia, *arte de conducir y educar el alma*.

8 . Las neomenias o noumenias festejaban la luna nueva, donde se realizaban ceremonias, sacrificios y ofrendas a los dioses, por ejemplo, a Hécate, diosa de la luna, la brujería y la magia.

9 . Género Boswellia: sacra, hojari, serrata, socrotana, carterii, papyfera, maydi, occulta, dalzielii,

elongana, frereana, neglecta, rivae…, que ha llegado a nuestros días con el propio término de incienso (en inglés *frankincense*, ‘incienso real o auténtico’), por ser la más ubicua de las resinas en todo tipo de sahumerios.

10 . Importada de Punt, objeto de deseo de la reina Hatshepsut, para la cual organizó varias expediciones para hacerse con la preciada resina, una de las más esotéricas en los ritos egipcios como ofrenda a los *neteru*, especialmente diosas como Isis

11 . En este versículo se expresa la búsqueda poética de esperanza, una súplica de curación y salvación; tal fue entendido el efecto del aclamado bálsamo.

12 . Talˈmūd, ‘instrucción, estudio’. 1. m. Libro que contiene la tradición oral, doctrinas, ceremonias y preceptos de la religión judía.

13 . Raíz de cálamo, muy fragante, de ahí su adjetivo aromático, con ese matiz olfativo especial del que gozan todos los rizomas, herbáceo con regusto a limo y loza, considerada hierba mágica por su componente asarona, cuya estructura química es muy similar a la mezcalina. Se usó en numerosas recetas de sahúmos y perfumes, por su acción estimulante y eufórica, pero también por su efecto alucinógeno que ayudaba a expandir la conciencia.

14 . La casia llega a generar confusión pues se puede pensar que hace referencia a la corteza de canela (*Cinnamomum zeylanicum*), más onerosa y selecta, o a la *cassia* (*Cinnamomum cassia*), más económica, aunque del mismo género botánico y perfil olfativo similar. En ciertas ocasiones se combinan las dos, incluso con las hojas, muy aromáticas también, pero menos cáusticas para la piel que el aceite esencial de la corteza. También formaron parte del sagrado aceite de unción.

15 . Nardo jatamansi (*Nardostachys jatamansi*), una especie familia de la valeriana que crece en los montes Himalaya de Nepal. Sus rizomas son realmente fragantes e inquietantes por combinar notas dulzonas pero indólicas, con cierto matiz acre, a ácido isovalérico, también presente en muchos quesos, lo que le confiere ese aroma agrio y rancio, similar al olor de pies. Jatamansi significa ‘espíritu encarnado’ y, según la tradición ayurvédica, el nardo desarrolla la consciencia, refuerza el espíritu y armoniza los centros de energía del cuerpo (chakras). Es el ingrediente del óleo con el que María Magdalena ungió a Jesús.

16 . Raíz de costus, venerada en ayurveda, la medicina tradicional india e hindú, por sus múltiples propiedades terapéuticas, pero también utilizada en perfumería por su perfil aromático, muy similar al nardo jatamansi, por su salida dulzona que torna acre, indólica, como a pelaje sudoroso de ciertos animales.

17 . Es una reseña confusa dado que todas las resinas proceden de árboles que son aromáticos, pero podemos pensar que se refiere al cedro. La mención al cedro en las sagradas escrituras es continua, como en Salmos 29:5: “La voz del Señor rompe los cedros; sí, el Señor hace pedazos los cedros del Líbano”. El templo del rey Salomón, en Jerusalén, fue erigido con madera de cedro. Pero también se podría referir al omnipresente áloes, entendido como madera de agar, cuyo subproducto de la parasitación del tronco de los géneros Aquilaria es una sustancia aromática venerada tanto antaño como en la actualidad. Hay referencias al áloes o madera de agar tanto en textos cristianos como musulmanes, budistas, *etc.*

18 . Según el rabí Shimón ben Gamliel (sabio de la época de los tanaim y un líder del pueblo judío, siglo I, 2º templo de Jerusalén), la lejía de carishina se utilizaba para frotar la *onycha* a fin de refinar su aspecto; y el vino de Chipre para macerar el opérculo oloroso y mejorar su olor.

19 . No fue hasta el siglo XIV, con el Agua de Hungría, cuando se empezó a utilizar el alcohol tal como hoy lo conocemos como base de un perfume, aunque hay vestigios de que ya los persas creaban perfumes con bases alcohólicas, que solían proceder de espiritosos y vinos que eran fermentados en búcaros de terracota y añejados con brea de pino para conservar sus propiedades.

20 . No se han encontrado yacimientos arqueológicos que arrojen evidencia inequívoca de la existencia de Sodoma y Gomorra. Sin embargo, se piensa que posiblemente estuvieran ubicadas debajo o junto a las aguas poco profundas en Israel, al sur de Al-Lisān, una antigua península en la parte central del mar Muerto, por lo que se podría entender que la sal de Sodoma se refiere a las sales del mar Muerto, incluso hoy veneradas en tratamientos cosméticos y rituales terapéuticos.

21 . El término hebreo *Maälé Ashán* es el nombre tradicional de una hierba que, según el *Talmud*, fue ingrediente del *ketoret*, el incienso ofrecido en el templo de Jerusalén, que hacía que el humo del sahúmo se elevara hacia arriba. Hay quien especula que podría tratarse de la especie *Leptadenia*

pyrotechnica, una planta del desierto que se extiende desde Senegal hasta India, que contiene ácido nítrico, también presente en los relojes de incienso de la China imperial, para asegurar la buena combustión del incienso.

22 . No hay palabra en perfumería que genere más controversia que ámbar. Se habla de perfumes de base *ambarada* o el dulzón matiz del ámbar; sin embargo, no hay una especie aromática como tal, salvo el ámbar gris, muy diferente al mencionado, o el fosilizado, sin aroma, que se utiliza en joyería. El olor *ambarado*, al menos en la perfumería actual, se crea mediante acordes cálidos y sensuales, los que constituían la base de los denominados perfumes orientales, actualmente en desuso y sustituidos por perfumes ambarados que combinan resinas y especias dulzonas, como benjuí, ládano o vainilla. No obstante, intentando ubicar el ámbar de Jordán podemos acudir a las reseñas de Plinio, que cita el nombre latino nativo de *succinum* (*sūcinum*, de *sucus*, 'jugo') en el Libro 37, sección XI de *Historia Natural*. Plinio escribió: "El ámbar se produce a partir de la médula excretada por árboles pertenecientes al género de los pinos, como la resina del pino común. Al principio es un líquido que brota en cantidades considerables y poco a poco se endurece […] Nuestros antepasados también opinaban que es el jugo de un árbol, y por eso le dieron el nombre de *succinum* y una gran prueba de que es producto de un árbol del género de las pináceas, es el hecho de que al frotarlo, emite un olor parecido al del pino, y que al encenderlo arde con el olor y aspecto del pino antorcha". Por tanto, el ámbar de Jordán podemos pensar que se trata de una resina arbórea, posiblemente del tipo terebinto (*Pistacia terebinthus*), también conocido como cornicabra, oriundo de las costas mediterráneas y Oriente Próximo (Jordán, Jordania), habitual en muchas composiciones aromáticas de la Antigüedad.

23 . Véase el epígrafe del capítulo 4 "Arabia Felix, la tierra de los aromas".

24 . Se dice que este don no se concedió para complacer a quien lo emanaba, sino para atraer nuevas almas a Dios.

25 . El tercer ojo es un concepto místico y esotérico que hace referencia a un ojo invisible o vórtice energético que permite una percepción más allá de lo que se podría percibir con la vista ordinaria.

26 . En sánscrito, arte y ciencia de la cosmética y perfumería india antigua, que prevaleció hasta la época medieval. Era tan sofisticada que incluía recetas de "inciensos" internos, entendidos como combinación de diferentes aromáticos, en el sentido de la época, que se ingerían y, al excretarlos a través de los poros, lograban que el cuerpo oliese bien.

27 . Zona ubicada en el delta del Nilo, a pocos kilómetros del norte de Giza, la moderna Ausim.

28 . El aliento creador del universo que, del mismo modo, reside en el interior del hombre.

29 . Biblia hebrea o hebraica, escritos originalmente en hebreo y arameo antiguos. Se ajusta muy estrechamente al concepto judío Tanaj y al Antiguo Testamento cristiano.

30 . Entendemos que las referencias a bálsamo en la Antigüedad se refieren al opobálsamo, bálsamo de Gilead, de Judea o de la Meca, uno de los aromáticos más venerados, vinculado a lo sagrado.

31 . *Dukhan*, 'humo' en árabe, o el arte de utilizar la humareda de maderas aromáticas y resinas a modo de incienso corporal, con fines fragantes, medicinales y espirituales. Se pensaba que el humo perfumado purificaba cuerpo y alma y ahuyentaba el mal de ojo.

32 . El aceite de las aceitunas que aún no han madurado, de excelente calidad e infinitas propiedades.

33 . El triple objetivo de la vida o "el triple bien": *dharma* (deber), *artha* (riqueza o interés) y *kama* (placer).

34 . Estos hallazgos sacaron a la luz lo que podría ser la fábrica de perfumes más grande y antigua conocida en el Mediterráneo, sepultada por un terremoto en el II milenio a. C., en Pyrgos, en la isla de Chipre, gracias a una investigación llevada a cabo en 1998 por la misión arqueológica italiana del CNR (Consejo Nacional de Investigación). Análisis precisos han demostrado que cuando se produjo el terremoto en la fábrica de aromas se elaboraban 14 esencias diferentes, entre ellas, bergamota, laurel, mirto, lavanda, romero, anís, pino, almendras, coriandro y perejil, solos y mezclados, además de un avanzado sistema de extracción de aceite de oliva. Se piensa que la fábrica, sita en Pyrgos, el hogar de Afrodita, se erigió en honor a la diosa.

35 . En el año 2004, un equipo español interdisciplinar desarrolló un proyecto de estudio en la denominada Casa d'Arianna (Pompeya). Parte de las investigaciones se centraron en las *tabernae ungüentarii*, donde se encontró un complejo perfumero en la denominada via degli Augustali, centro neurálgico de las perfumerías en la antigua Roma. Gracias a ello, se pudo ahondar en el proceso de producción de perfume, desde su origen hasta su uso en la sociedad romana muy habituada a oler a la

moda y a utilizarlo como un complemento más.

36 . Véase https://bitly.ws/3byXx.

37 . El compuesto aislado del loto azul, apomorfina, ha sido aprobado por la FDA (agencia estadounidense de administración de alimentos y medicamentos) como fármaco con el nombre de Uprima, una alternativa a Viagra o Cialis, tratamientos de referencia para la disfunción eréctil.

38 . Vaso, vasija, caldero o cubeta. Fue el recipiente donde se almacenaban los líquidos, como el vino. Las creaciones egipcias solían tener el fondo puntiagudo, por lo que debían reposar en un pedestal o soporte.

39 . Nina y su esposo, Norman de Garis Davies, trabajaron a principios y mediados del siglo XX dibujando y grabando pinturas en Egipto. Se establecieron cerca de la Necrópolis tebana donde comenzaron a documentar las pinturas de las tumbas. Nina pasó la mitad de su tiempo haciendo dibujos para el Museo Metropolitano de Arte, donde permanecen publicadas sus obras.

40 . En 2009, los arqueólogos Littman y Silverstein, de la Universidad de Hawái, comenzaron las excavaciones en la antigua ciudad de Thmuis (Tell Timai), al sur de Mendes, la que alguna vez fue capital y una de las ciudades más importantes de Egipto, reconocida precisamente por su *mendesiano*, renombrado en todo el mundo antiguo. Entre los hallazgos, encontraron lo que pudo ser la fábrica de perfumes que se atribuye a la ptolomea Cleopatra VII, donde hay indicios de que el *mendesiano* fue su perfume preferido.

41 . En el estudio remarcan que no se han encontrado vestigios definitivos que confirmaran esta práctica de Cleopatra, aunque sí de mujeres adineradas de la antigua Roma, pero los datos encontrados apuntan a que así pudo ser.

42 . Safo de Lesbos o Safo de Mitilene (650-580 a. C.) fue una poetisa griega de la época arcaica de origen noble, heroína de Ovidio y que Platón definió como “la décima musa”, las divinidades inspiradoras de las artes, creó un ritmo propio y un metro nuevo, la estrofa sáfica. Su tema principal eran sus sentimientos y el amor, propiciado por la diosa Afrodita, ejemplo de ello se encuentra en el *Himno en honor a Afrodita*, el único poema que nos ha llegado completo de toda su obra. El mundo sáfico es un mundo absolutamente femenino, no en vano su nombre dio origen al término *safismo*, una locución global que abarca las experiencias tanto de lesbianas (por el origen de Safo, Lesbia) como de mujeres bisexuales.

43 . El epitalamio funcionaba en Grecia y Roma como preludio erótico de la noche nupcial. La incitación al goce sexual solía centrarse hacia el final del poema, en la *adlocutio sponsalis*, donde el poeta (o una divinidad) se dirigía a los jóvenes esposos.

44 . Del latín gynaecēum, y este del griego gynḗ*, gynaikós*, ‘mujer’. Entre los antiguos griegos, zona de la casa reservada para habitación de las mujeres. Estancias reservadas para su *toilette* y su cuidado diario.

45 . Alabastrón o *alabastron*, recipiente de pequeño tamaño usado en la Antigüedad para contener ungüentos o perfumes. Generalmente elaborado de alabastro, de ahí su nombre, por ser el material de mayor calidad y que mejor conservaba los ungüentos, tenía forma pequeña, normalmente alargada, con un cuello estrecho para escanciar su contenido gota a gota y permitir la aplicación del aceite sobre la piel.

46 . Hay quienes sostienen que se trató de Acrón de Agrigento (García Fernández, 2022: 137).

47 . Véase epígrafe “Efluvios medievales”, del capítulo 4.

48 . La *incubatio* fue una práctica mágico-religiosa dentro de la medicina teúrgica arcaica, basada en creencias mitológicas y la inferioridad del ser humano frente al poder divino, realizada por un sacerdote en los santuarios de Asclepio que, a través de un complejo ritual que incluía sacrificio, baños y unciones, se inducía a un sueño profundo, posiblemente mediante brebajes a base de adormidera u otros enteógenos (sustancias que estimulan el misticismo o la comunicación divina), en un área sagrada (*enkoimeterios*) o pórtico de incubación, con el fin de obtener revelaciones del dios o la curación de enfermedades.

49 . Como el hongo cornezuelo del centeno (*Claviceps purpurea*), repleto de alcaloides psicoactivos. Existen ciertas evidencias que apoyan la hipótesis de que el cornezuelo podría ser el causante de las visiones eleusinas. El color púrpura del hongo es la tonalidad asociada a la diosa Deméter. Además, la espiga del cereal fue el símbolo en la imaginería de los misterios.

50 . Un hierofante o gerofante (del griego, ‘el que hace aparecer lo sagrado’) es un rango dentro de los

sacerdotes de la antigua religión griega, concretamente el sumo sacerdote del culto de Eleusis en el Ática, así como los de otros cultos mistéricos.

51 . *Deipnosophistae* o *El banquete de los eruditos*, Ateneo de Náucratis (siglo III d. C.).

52 . Los trabajos arqueológicos desarrollados entre 2007 y 2009 por un equipo multidisciplinar español en una de las *domus* más importantes y selectas de Pompeya, Casa d'Arianna, confirmaron que la via degli Augustali debió de ser una calle dedicada mayoritariamente a la producción y consumo de perfumes y aceites perfumados desde el II a. C., conformándose en época plenamente romana como un barrio gremial. Puede consultarse más información en Bustamante y Ribera (2017).

53 . Poliedro de seis caras.

54 . ¿Quizá el precedente de los famosos "pajaritos de Chipre" que se pusieron tan de moda en la Europa medieval? Véase en el epígrafe del capítulo 4 "Efluvios medievales".

55 . Dinastía Han (206-220 d. C.), la edad dorada en la historia china que dejó un legado cultural que aún prevalece. Tras la dinastía Han, se inició el periodo de los Tres Reinos: Wei, Wu y Shu; le siguió la dinastía Jin (266-420 d. C.) y después las dinastías Meridionales (420-589 d. C.).

56 . Dinastía Tang (618-907 d. C.), precedida por la dinastía Sui, que gobernó 37 años. Los historiadores consideran a Tang como un punto culminante de la civilización china y una época dorada de la cultura, donde florecieron la poesía, la pintura y los eruditos, calando profundamente en los países vecinos como Corea y Japón.

57 . Tanto la dinastía Song (siglos X-XIV) como la dinastía mongol Yuan (1271-1368) dejaron su impronta en la China medieval.

58 . Ming fue la penúltima dinastía de China, que gobernó entre los años 1368 y 1644, tras la caída de la dinastía mongol Yuan.

59 . La dinastía Qing (siglos XVII-XIX) fue la última dinastía imperial, marcada por innumerables rebeliones y enfrentamientos, como las dos guerras del Opio, hasta que finalmente se desencadenó la República de China, que puso fin a siglos de tradición imperial china.

60 . Sangre de dragón, de drago o sangre de grado es una resina de color rojo oscuro que se obtiene de cuatro especies diferentes: *Croton* (Euphorbiaceae), *Dracaena* (Dracaenaceae), *Daemonorops* (Palmaceae) y *Pterocarpus* (Fabaceae). Se utilizó en civilizaciones como la griega, la romana y la árabe, posiblemente originaria de Socotra (Yemen), como medicamento (especialmente para la cicatrización de heridas y para hemorragias en base al principio de imitación mágica por su color y denominación), tinte e incienso, que obtuvieron a través de las rutas comerciales. También se utilizaron en la hechicería y la alquimia rituales medievales como tinta mágica.

61 . El *Shennong Ben Cao Jing* es la obra clásica de farmacopea de medicina tradicional china atribuida a Shennong (aproximadamente 2700 a. C.), "el divino granjero", uno de los tres primeros emperadores míticos de la antigüedad china que catalogó especies botánicas y sus propiedades para tratar enfermedades. Tras la figura de Shennong hay muchas leyendas, una de ellas que tenía un vientre de cristal por el cual se veía la acción de las plantas y en qué órganos se ejercía, así pudo conocer sus propiedades curativas para clasificarlas y dividirlas en venenos o medicamentos, así como los métodos de cultivo más efectivos.

62 . En la medicina tradicional china, energía vital o fuerza de vida que mantiene el equilibrio de la salud espiritual, emocional, mental y físico de una persona.

63 . Évariste Régis Huc fue un sacerdote católico francés, misionero y viajero que se hizo popular por sus relatos de la China de la era Qing, Mongolia (Tartaria) y el desconocido Tíbet, en su libro *Recuerdos de un viaje por Tartaria, Tíbet y China*.

64 . *Onycha*, el opérculo de un molusco marino, uno de los aromáticos animales más valiosos de la antigüedad, llegó a China posiblemente procedente del sudeste asiático, y se usó preferentemente como perfume, pero también tuvo su lugar en la farmacopea china. Se cree que durante el periodo Heian de Japón el polvo de *onycha* constituía hasta una cuarta parte de los ingredientes utilizados en el incienso *nerikoh* (amasado) que disfrutaban los cortesanos reales de la época. Su intenso olor a pescado hizo que se tuviera que procesar antes de usarse como ingrediente aromático. Después de limpiarlos, se remojaban en una mezcla de vinagre y agua, o alcohol de grano, y luego se horneaban lentamente para eliminar su intenso olor. Una vez que estaban completamente secos, se molían hasta convertirlos en polvo fino para poder incorporarlo a las recetas de incienso.

65 . Ampliamente usada en farmacopeas tradicional china y ayurvédica por sus propiedades

antiinflamatorias, especialmente de la mucosa gástrica. Pero el regaliz también aporta unas notas aromáticas muy valoradas en perfumería por sus matices aromáticos, astringentes, dulzones y "apimientados".

66 . No olvidemos que la dinastía Han fue coetánea al Imperio romano y Partia como intermediario, diseminando tradiciones y costumbres en torno al aroma.

67 . Bajo este género único, se crearon esculturas o estatuas de Buda según los cánones clásicos y el gusto griego. Budas con cabellos rizados y bindis en la frente, vestidos con peplos o las clásicas túnicas griegas que contribuyeron a realzar el realismo; y frisos y capiteles de estilo helénico decorando construcciones budistas. Gandhara, del sánscrito *gand*, 'fragancia' y *hara* 'tierra', literalmente 'tierra de las fragancias', fue parte del Imperio persa, una hegemonía que duró hasta el 327 a. C. Fue conquistada y pasó a formar parte del valle del Indo, hasta que, en el 184 a. C., los griegos la invadieron, pasando a ser tierra de griegos, indios, bactrianos e iraníes, hasta que los sasánidas la invadieron y fue anexada al Imperio persa.

68 . *Citrus bergamia* es el fruto de un árbol cítrico que solo florece en invierno. Se piensa que se introdujo desde el sudeste asiático —de donde proceden todos los árboles cítricos— hasta Persia por la Ruta de la Seda en algún momento del siglo I a. C. De ahí pasó a los países del Mediterráneo como Grecia y, con el tiempo, los árboles se llevaron a lo que hoy es Marruecos, Francia, Turquía, Túnez, Argelia e Italia. En la antigua Persia y Grecia, se quemaba bergamota en incensarios para tratar problemas de salud, especialmente respiratorios; también en rituales de purificación en China, donde se pensaba que era capaz de ayudar a restaurar el flujo de energía Qi en el cuerpo de una persona. Tras el surgimiento del Imperio otomano, la práctica de usar bergamota para tratar problemas respiratorios fue incorporada también por los turcos, quienes la consideraron una fruta tan excelsa que la llamaron "la pera del príncipe" (*bey-armut*). También fue incorporada a fórmulas de perfumes por su acción desodorante, se aplicó en forma de pasta en axilas y otras zonas corporales "malolientes", y se valoró su acción psicoaromaterapéutica pues su aroma aliviaba la depresión e infundía alegría. Es un componente esencial de la perfumería actual, que podemos ver en infinidad de fórmulas de perfumes presidiendo las notas de salida debido a su alta volatilidad.

69 . Benjuí es una resina aromática, viscosa y oscura procedente de la incisión en el tronco de los árboles *Styrax*, oriundos del sudeste asiático, especialmente Laos, Siam y Sumatra, cuyas principales variedades son *benzoin* y *tonkinensis*. Su aroma balsámico y avainillado lo hizo muy popular en la Antigüedad como componente de inciensos e ingrediente en medicina, especialmente la medicina tradicional china. No confundir con la resina estoraque, procedente del género Liquidambar, que deriva de la palabra latina *liquidus* y la palabra árabe *ambar*, también muy utilizado antaño por sus cualidades aromáticas. Tanto benjuí como estoraque fueron dos resinas muy preciadas en la Antigüedad, como otras resinas (olíbano, mirra, opobálsamo…), por sus matices cálidos y dulces. Esenciales en la perfumería actual, especialmente como notas de base para componer perfumes de estilo "oriental" o acordes ambarados.

70 . Del griego *hieros* 'sagrada' y *chloe* 'hierba', fue una hierba aromática considerada sagrada, rica en cumarina, un compuesto dulzón similar a la vainilla. Se consideró gran purificante energético que limpiaba desarmonías, bloqueos de energía del cuerpo etérico para que no afectase al cuerpo físico.

71 . Rizomas secos de las especies de lirios, *Iris germanica*, *Iris florentina* o *Iris pallida*, con un característico matiz empolvado dulzón, muy apreciado en la perfumería actual, un aroma exclusivo por su elevado coste.

72 . El guqin fue un antiguo instrumento musical chino de siete cuerdas de seda, de la misma familia de la cítara, con una estructura que llega a los 120 cm de largo. Desde tiempos antiguos, fue considerado el instrumento preferido de eruditos e intelectuales por su carácter sutil y refinado. Los chinos lo consideran "el padre de la música clásica china".

73 . La lectura de pequeños fragmentos de la sabiduría de Buda. Un sutra es una composición literaria basada en afirmaciones aforísticas, cortas y sencillas. Se recitan para aquietar la mente y ayudar a profundizar en uno mismo. El sustantivo *sūtra* proviene del verbo *sūtr*, que podría traducirse como 'hilar'.

74 . Evodia: aroma, perfume, buen olor. Una cualidad que se ha vinculado a la fragancia dulzona y agradable que emite de forma natural lo sagrado.

75 . El animismo (del latín *anima*, 'alma') es un concepto que engloba diversas creencias en las que

tanto objetos cotidianos como cualquier elemento del mundo natural (montañas, ríos, el cielo, la tierra, determinados lugares, espíritus, rocas, plantas, animales, árboles, etc.) están dotados de movimiento, vida, alma o consciencia propia. Todo tiene alma.

76 . Recetas de incienso mezclado y amasado, formando pequeñas bolas, que tenían un carácter medicinal.

77 . Similar al *nerikoh*, un incienso elaborado con distintos ingredientes en polvo, al que se añadían aglutinantes como néctares o melaza.

78 . *La historia de Genji* es una novela clásica que cuenta las hazañas del príncipe Genji del periodo Heian, considerada por muchos como la novela más antigua de la historia, entendida en términos modernos, tan solo compitiendo con *El Satiricón* de Petronio (siglo I d. C.), *El asno de oro* de Apuleyo (siglo II d. C.) o *Dafnis y Chloe* de Longo de Lesbos (siglo I d. C.), escrita alrededor del año 1000 por Murasaki Shikibu. Se consideró una obra maestra de la literatura dinástica japonesa.

79 . Las varillas, tal y como las conocemos hoy, posiblemente el formato más usado de incienso, se desarrolló entre las dinastías chinas Song y Yuan (siglos X-XIV). Su fabricación era más rápida y barata, en la que se podían utilizar ingredientes mediocres pero con la suficiente calidad como para ser usados en el templo. Supuso un punto de inflexión en la historia del incienso (y por ende, del perfume) porque se convirtió en un producto de masas.

80 . Especie de andas (tablero sostenido por dos varas paralelas y horizontales) usadas en Oriente para llevar en volandas a personas importantes, especialmente damas de la nobleza y la corte imperial que, según la costumbre, no debían ser vistas, especialmente en la China imperial.

81 . Existen algunos ejemplos en el Museo Metropolitano de Arte de Nueva York (Met Museum), especialmente de los periodos Momoyama (1573-1615) y Edo (1615-1868).

82 . Samurái generalmente se utiliza para designar una gran variedad de guerreros del antiguo Japón, aunque realmente fue una élite militar que gobernó el país durante cientos de años.

83 . El perfume Opium (1977), con su eslogan “sensualidad al extremo”, escandalizó a medio mundo y fue incluso rechazado por buena parte de la sociedad de la época por considerar que el diseñador estaba haciendo apología a las drogas y la embriaguez, incluso su nombre fue censurado en Australia y Oriente Medio. Se consideró arquetipo de la seducción femenina en las décadas de los setenta y ochenta, incluso Pierre Bergé, pareja del diseñador, lo definió de este modo: “Si Chanel liberó a la mujer, Saint Laurent le dio el poder”. Sea como fuere, Opium conquistó a una época por su mensaje disruptivo y por “resucitar” la familia oriental, que había entrado en declive.

84 . Nagarmotha o cypriol (*Cyperus scariosus*) es una herbácea que crece salvaje en India. Su complejo aroma se extrae de la raíz, muy utilizada en medicina ayurvédica por sus cualidades terapéuticas, pero también en perfumería por sus matices ahumados, terrosos del vetiver y el pachulí, muy aromático y ligeramente “sucio”, que podría, incluso, sustituir a la madera de agar. Fue y es muy utilizado en la perfumería *mukhallat* de Oriente Medio.

85 . Gautama Buddha, Siddhartha Gautama o Shakyamuni fue un príncipe de Kapilavastu, asceta, meditador, ermitaño y maestro espiritual, que vivió en el siglo VI a. C. Sobre la base de sus enseñanzas se fundó el budismo.

86 . *Aarti* es un ritual devocional hindú que utiliza lámparas de aceite perfumado, normalmente alcanfor, velas y flores como ofrenda. Cada día, al anochecer, la ceremonia *aarti* en el Ganges o *Ganga Aarti* se realiza en tres de las ciudades sagradas de India: Haridwar, Rishikesh y Varanasi. Se trata de un ritual espiritual muy poderoso que también recibe el nombre de “ceremonia del fuego”.

87 . *Pooja*, pūyā en sánscrito, *puja* o *puya* es un ritual religioso para expresar respeto y adoración a una o más deidades. Cada *pooja* se compone de varios elementos, y sus actos pueden tomar forma de reverencias, ofrendas con incienso, flores, alimentos, o cánticos. Las *poojas* se pueden desarrollar en el contexto de los *aarti*.

88 . *Vedas*, ‘sabiduría’ o ‘conocimiento’ en sánscrito, engloba los cuatro textos sagrados más antiguos de la literatura india, base de la religión védica, previa al hinduismo. El más antiguo de los cuatro, el *Rigveda*, fue compuesto oralmente en sánscrito a mediados del II milenio a. C., cuya intención fue que se transmitiese únicamente de maestro a alumno. Los cuatro *Vedas*, en su conjunto, se consideran como los sonidos literales de la divinidad que, cuando se recitan o cantan, recrean las vibraciones primordiales del universo. Es decir, al recitar los *Vedas* se piensa que uno participa en el canto creativo del universo que dio origen a todas las cosas observables e inobservables desde el principio de los tiempos.

89 . Los *Puranas* se componen de un vasto género de literatura india que abarca infinitud de materias, sobre todo leyendas y mitos, cosmología, genealogía de dioses, héroes y reyes, medicina, gemología, teología o historias de amor, aunque lo que ha sobrevivido es bastante inconsistente.
90 . *Upanishad*, literalmente 'sentarse cerca para escuchar con devoción', son textos filosófico-religiosos sagrados del hinduismo, escritos en sánscrito, de los cuales los más antiguos y representativos datan aproximadamente de entre el 800 y el 400 a. C. Existen unos 150 *Upanishads*, aunque la tradición afirma que son 108, de acuerdo con el número cabalístico hinduista. Forman parte de los textos védicos en formato narración o diálogo, como "el final de los *Vedas*", la última palabra de los textos.
91 . *Rickshaw* o tuk tuk es una especie de carromato liviano de dos ruedas que consiste en un cuerpo sin puertas asemejándose a una silla, montado sobre resortes con una capucha plegable y dos ejes. Es uno de los medios más populares, prácticos y económicos para moverse por las complicadas callejuelas de ciertas localidades de India.
92 . El profesor, estudioso del sánscrito y las religiones de India, recoge en esta obra la historia y evolución de las fragancias y la ciencia de la perfumería de la India premoderna, ahondando en el estudio de la literatura védica y posvédica donde se recogen todas las referencias sobre el arte de la perfumería india (*gandhayukti*).
93 . El arqueólogo Paolo Rovesti halló, en 1975, restos de un artilugio de destilación de terracota que databa del 3000 a. C., con trozos de tejidos con los que se pudo "exprimir" la materia aromática y vasijas con restos de aceites, lo que podría indicar que el arte de destilar fue similar al del Egipto arcaico. Más tarde, en el 2000 a. C., el hallazgo de Pyrgos (Grecia) confirmó que la técnica de destilación se perfeccionó con modelos muy similares a los utilizados en los primeros siglos de nuestra era.
94 . Según la RAE: "adj. Dicho de una persona: Supuesto descendiente de la estirpe originaria de los indoeuropeos, considerada por algunos más pura y superior que las de otros pueblos. U. t. c. s.". Tuvo una connotación religiosa, cultural y lingüística, aunque también étnica, puesto que a partir de ella se creó el sistema de castas indio, que separaba a la población de acuerdo con su origen étnico. En el *Rigveda* (el texto védico más antiguo), "ario" no se empleó con connotaciones raciales, sino en sentido de etnia, nación o pueblo. Aún se utiliza por el zoroastrismo, el budismo, el jainismo y el hinduismo con el significado de "noble" o "espiritual", también en relación con una cualidad espiritual divina: renacido. Una idea que siglos más tarde caló en ideologías, como la nazi. La aceptación del concepto de raza aria alcanzó su auge durante el III Reich gobernado por Adolf Hitler. Las atrocidades cometidas en nombre de esta ideología racial han llevado a los académicos a evitar el término "ario", que ha sido reemplazado en la mayoría de los casos por "indoiranio". El nazismo también se apropió de otros símbolos, como la esvástica, del sánscrito *svastika,* 'buena fortuna' o 'bienestar'. En India se considera un símbolo auspicioso o sagrado y es común verla en templos o protegiendo las casas.
95 . Llama la atención este ingrediente poco común hasta ahora. El bezoar o *Calculus bovis* es una especie de cálculo biliar seco que se encuentra en el sistema gastrointestinal de la especie bovina (el de vaca se consideró sagrado) que, cuando se seca, se vuelve muy aromático. Esta especie de bolas anaranjadas, como la yema de un huevo cocido, se utilizaron ampliamente en la herbología china, especialmente para tratar envenenamientos de todo tipo, así como en el ayurveda, donde tuvo un cariz mágico y divino, símbolo de buena fortuna, pero también se utilizó para tratar dolencias de diversa índole. Uno de sus efectos más destacados es aclarar los pensamientos y controlar la mente, también se solía aplicar como pasta en la frente a modo de *tilaka*, la marca religiosa de color que se suele aplicar en el entrecejo. Podríamos tener con estos bezoares otra sustancia animal aromática extraída de sus entrañas, similar al ámbar gris, aunque no podemos describir con precisión los matices de su perfume, en India fue muy valorado.
96 . Esta receta la aporta Radhika Srinivasan, autora de varios libros y divulgadora de la cultura e historia de India, pero hay que reseñar que, según la fuente, los ingredientes varían. Hay algunas fórmulas que indican el agar que, junto al sándalo, fueron las dos maderas aromáticas más valoradas, y raíces aromáticas como la valeriana o el nardo, la raíz de lirio o quizá el jengibre. Los nombres en sánscrito no ayudan en ocasiones a identificar las especies correctas, por lo que resulta complicado establecer una lista exacta. También es posible que hubiera distintas recetas o que muchos de los ingredientes hayan ido variando con el tiempo.
97 . La *tilaka* o *tilak* es un adorno de color que se elabora con pasta fragante y habitualmente se pone en

el entrecejo, aunque hay rituales más completos que consisten en 12 tilakas en sitios específicos del cuerpo de gran simbolismo como “restaurador del *dharma*”. *Vaisnava* se refiere a los adornos verticales y *shaiva* a los horizontales, el ejemplo más visual lo encontramos en los *sadhus*, ascetas hindúes, cuyos diseños reflejan la identidad religiosa.

98 . Vetiver *(Vetiveria zizanioides)* o *khus-khus*. Una de las raíces indias más aromáticas junto al nardo jatamansi o el costus. Fue una de las sustancias más utilizadas en las composiciones de antaño por su amplio repertorio olfativo, esencial en la perfumería actual para aportar a una composición matices terrosos, húmedos y muy aromáticos. El aroma varía según el lugar de procedencia y la alquimia del tiempo, una de las variedades más inusuales y única se destila de las raíces silvestres que crecen en las ardientes extensiones de los desiertos de Rajastán. En la antigüedad, con las raíces se tejían esteras de olor dulce para dormir o se colgaban como cortinas en las casas del desierto; cuando soplaban fuertes vientos cálidos, la gente rociaba agua sobre estas cortinas para que liberasen sus vapores perfumados. También fue ampliamente utilizado en medicina por sus múltiples cualidades curativas.

99 . En sánscrito, Amrita, Amrit o Amata (su traducción ‘sin muerte’) es el nombre que recibe el néctar de los dioses, ligado al concepto de ambrosía (alimento de dioses griegos) y el Soma, narcótico divino de la antigua India, alimento de Devas o Dioses.

100 . Sarvatobhadra, derivado de *Sarva*, ‘todo’, y *Bhadra*, ‘bueno o auspicioso’.

101 . *Kamasutra* está considerado como el trabajo básico sobre el amor y la práctica sexual en la literatura sánscrita. Fue escrito por el religioso, hijo de un erudito brahmán, Vatsiaiana. El título completo es Vātsyāyana kāma sūtra (*Los aforismos sobre la sexualidad*, Vatsiaiana). Cronológicamente se sitúa al autor en el periodo Gupta.

102 . Resulta curioso observar cómo en muchas de esas recomendaciones y recetas que ofrece Vatsiaiana para obtener éxito en el amor aparece la figura del pavo real, según la mitología griega, el ave sagrada de Hera, reina de los dioses y patrona de las mujeres y el matrimonio, y símbolo de belleza y poder en India. Esa relación auspiciosa con el matrimonio, el poder y la belleza pudo haber sugerido cierta seguridad a Vatsiaiana a la hora de invocar los poderes del colorido pavo para alcanzar el éxito en las cuestiones amatorias. Hago hincapié en la última parte de la receta donde dice “mantener en la mano derecha el ojo de un pavo real”. Pensemos en las decoradas plumas del ave, en forma de “ojo”, por lo que quizá simplemente se refiera a mantener la pluma del pavo en la mano, a modo de amuleto, y no dejarlo tuerto. Aunque también es cierto que partes animales de todo tipo siempre estuvieron presentes en fórmulas, especialmente dentro de la magia y la alquimia.

103. Hay muchas variedades de sándalo, como *S. spicatum* de Australia*; S. yasi* de las islas Fiji; *S. freycinetianum* de Hawái; o *S. fernandezianum* del archipiélago Juan Fernández (de ahí su nombre botánico) en Chile, pero el considerado de mayor calidad es el *S. album* procedente de India, especialmente de Mysore, en el estado de Karnataka. En las fórmulas indias se suele mencionar a menudo otro sándalo, el sándalo rojo (*Pterocarpus santalinus*), de un intenso y brillante color carmesí, también con propiedades medicinales y muy valorado especialmente en la China dinástica como ingrediente de inciensos y la construcción de muebles, sin embargo, no se trata en realidad de ninguna variedad de sándalo verdadero.

104. *Laoshan Tan* fue el grado más alto de sándalo y el más fragante, su madera rezumaba los más ricos y complejos matices por su madurez centenaria. Se convirtió en el tesoro olfativo más venerado por budistas y realeza imperial debido a su exquisita calidad y aroma, y sus astillas parte indispensable de las recetas curativas de la medicina tradicional china (Cheng, 2022).

105. *Ghee*, la mantequilla clarificada muy utilizada en cocina y medicina ayurvédicas, extraída de la mantequilla de leche de vaca mediante un proceso artesanal de cocción lenta hasta que el agua evapora, los sólidos lácteos se pueden filtrar y solo queda la capa de grasa líquida repleta de nutrientes. En India y el ayurveda, el ghee se considera “sagrado”, y cuando se combina con medicamentos se obtienen beneficios tanto medicinales como espirituales.

106. No se sabe con exactitud si ese “incienso” se trataba simplemente del codiciado sándalo o estaba compuesto por más aromáticos.

107 . *Rasayana* (*rasa*, ‘esencia’, ‘savia de la vida’; *ayana* ‘camino’, ‘movimiento’), la especialidad clásica de la ciencia ayurvédica, consiste en una serie de terapias, como la administración de sustancias que mejoran los tejidos (*dhatus*), la capacidad digestiva (*agni*) y el funcionamiento global de los canales del cuerpo (*srotas*) por donde circulan tanto nutrientes como sustancias de desecho, para paliar o revertir

los signos de la edad y las enfermedades asociadas. El médico indio Charaka, a quien se le atribuye el *Charaka-samhita* que, junto con el *Susruta-samhita*, son los textos fundamentales de la medicina ayurvédica, sostuvo en sus tratados que la degeneración asociada a la edad (*jara*) podía prevenirse e incluso corregirse.

108. El *Vamaná Purana* es uno de los dieciocho *maja-puranas*, una colección de textos religiosos hinduistas.

109. Ciudad del estado de Karnataka (suroeste de India), capital del reino de Mysore de 1399 a 1947, y origen del sándalo de mayor calidad de India.

110 . Sherezade y Aladino son los protagonistas de dos relatos diferentes incluidos en *Las mil y una noches* (en árabe, *Alf leyla wa-leyla*), una recopilación medieval de cuentos orientales tradicionales.

111 . *Choya* hace referencia al tipo de olla en la que se cocina, una especie de receptáculo de loza para destilar ciertos materiales especialmente duros, como las conchas marinas, las resinas o las cortezas de árboles. Los materiales se colocan dentro de la *choya*, se van cocinando hasta que se vayan acumulando gotas de esencia pura en las paredes internas del recipiente. Estas gotas son las que se recogen para después incorporarlas al resto de la fórmula. La destilación con *choya* da como resultado aromáticos extremadamente concentrados, que deben dosificarse para no abrumar o destacar demasiado sobre el resto de la fórmula.

112 . *Nakh* hace referencia a “conchas marinas” de forma genérica. De hecho, se puede apreciar este ingrediente en muchas formulaciones indias, sin aportar más datos. El perfume de “conchas” es muy popular. Pero indagando se puede llegar a la conclusión de que esas conchas marinas hacían referencia a la *onycha* bíblica, el opérculo de molusco, *Unguis odoratus*, la perla púrpura o *blattes de Byzance* o ‘cucarachas bizantinas’, como las denominó James McHugh, un ingrediente habitual en inciensos antiguos cuyo primer uso ya se reseñó en tablillas cuneiformes del vetusto periodo babilónico con el nombre de *supur tamti*. Lo interesante de este ingrediente no es su buen olor —de hecho, necesita un exhaustivo tratamiento previo para eliminar matices acres e incisivos—, sino su capacidad para fijar y estabilizar el resto de la composición aromática. También se le atribuyeron propiedades medicinales.

113 . Según esta epopeya, la reina de Saba, atraída por la gran sabiduría atribuida al rey Salomón, fue a visitarlo a su corte para aprender de su inmensa sabiduría. El último día, la pericia del rey hizo que Bilqis se rindiera a sus encantos. Fruto de ese encuentro nació Menilek I, nombrado rey por su padre, fundando así la dinastía salomónica cristiana de Etiopía.

114 . El bálsamo o ‘árbol bálsamo’ en árabe es una resina muy aromática, empleada en medicina y perfumes desde los albores del tiempo, aunque su especie se llegó a extinguir. Esta savia ya fue comentada en el capítulo 1, “En el nombre de Dios”. Es una de las resinas más mencionadas desde la Biblia a los poemas islámicos, sin embargo, su origen exacto no está del todo claro pues en unas fuentes se cita las tierras de Gaalad (de ahí su otra denominación, bálsamo de Gaalad); Jericó (Palestina); en otras, que procedía de los territorios del reino de Saba, al sur de Arabia; de Judea (Israel), que le otorgó el nombre de “bálsamo de Judea”; y otras de Matarea Al-Maṭariyah (El Cairo), por lo que también recibió el nombre de “bálsamo de Matarea”, lo que puede llevarnos a pensar que la especie *Commiphora gileadensis* fue común en todas estas tierras. A pesar de su confusa ubicación, todos coinciden en que fue una de las resinas más valoradas y sagradas del repertorio de aromáticos de la Antigüedad.

115 . El geógrafo griego Claudio Ptolomeo dividió la península arábiga en tres partes: Arabia Petraea, con su capital Petra, Jordania, controlada por los nabateos; Arabia Deserta, formada por tribus nómadas del interior desértico de Arabia; y Arabia Felix (o Arabia Feliz), el término latino con el que se designó la zona de Yemen, caracterizada por su abundancia y fructífero comercio.

116 . Este mismo planteamiento se hace en Coulter-Harris (2013).

117 . La tierra de Punt ha generado mucha controversia sobre su ubicación exacta. En términos amplios se la ubica en el cuerno de África, posiblemente entre Etiopía, Eritrea y Somalia, curiosamente donde se intentó ubicar el mítico reino de Saba. Fue el lugar objeto de las expediciones de la reina egipcia Hatshepsut para hacerse con las codiciadas especies de mirra e intentar que dieran fruto en Egipto, pero la especie no llegó a prosperar.

118 . Oriente (del latín *oriens*, ‘aparecer’, ‘nacer’) es la denominación que se da desde la Antigüedad a la dirección por donde se ve aparecer el sol (y los demás astros), es decir, el plano del este. Por extensión, se refiere a aquellas regiones que están al este del punto de referencia. En la cultura occidental se otorgó este nombre a Asia. Convencionalmente se distinguen tres partes: Oriente Próximo

(Chipre, Egipto, Turquía…), Oriente Medio (península arábiga, India, Irán, Pakistán…) y Extremo Oriente (China, Japón, Corea, Indonesia, Filipinas…).

119 . Encontrar oud silvestre de alta calidad en la actualidad es realmente difícil y resulta muy caro, tan solo se obtienen de plantaciones controladas, por ejemplo, en Laos (sudeste asiático), en las que se ha inoculado manualmente la bacteria u hongo para producir ese duramen fragante tan codiciado. Los oud más utilizados en perfumería suelen ser de síntesis, hoy día pocas marcas pueden presumir de no haber sucumbido al *oud business*, como recalca la perfumista Sylvaine Delacourte. Se ha convertido en una nota olfativa ubicua, invasiva y acaparadora que "baña" por completo el segmento de perfumes nicho.

120 . En el capítulo 7 se hablará ampliamente de este concepto.

121 . La teoría de los cuatro humores o de los cuatro temperamentos es un sistema de medicina arcaico que parece tener su origen en la vetusta medicina egipcia, adoptada después por los antiguos médicos y filósofos griegos, como Hipócrates, que detallaba la supuesta composición y funcionamiento del cuerpo humano basándose en la interacción entre los cuatro humores básicos: flema, sangre, bilis negra y bilis amarilla. El desequilibrio de los humores era la causa de la enfermedad. Este concepto también se desarrolló en el Ayurveda, la ciencia de salud india, donde recibe el nombre de *doshas*. Esta teoría tuvo su influjo en la forma de concebir el perfume pues, en diferentes culturas y épocas, la fragancia ha tenido connotaciones terapéuticas para erradicar la enfermedad y el desequilibrio humoral, además de servir de baremo para determinar qué tipo de composiciones van mejor a cada persona según su esquema de humores o temperamentos, como en la antigua India.

122 . El ciervo almizclero ahora figura como una especie en peligro de extinción y la conservación de la especie está estrictamente controlada por la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestres (CITES).

123 . Los recientes esfuerzos en China y Rusia para producir almizcle de manera sostenible mediante la cría de ciervos almizcleros en granjas controladas han resultado prometedores, demostrando que es posible mediante el manejo y la cría adecuados de los animales. Etiquetado como "almizcle de ciervos reproductores" por el Gobierno chino, esta forma de almizcle natural está disponible para el comercio legal.

124 . Fue el quinto y más famoso califa de la dinastía abasí de Bagdad (siglo VIII). Estableció la legendaria biblioteca Bayt al-Hikma, "Casa de la Sabiduría", en Bagdad; y con él, el califato alcanzó la cumbre del poderío, un periodo de excepcional esplendor cultural, científico y económico. Su fama y poderío fueron inmortalizados en *Las mil y una noches*, donde él, su esposa Zobeida y varios de sus cortesanos protagonizan numerosas historias.

125 . La civeta es el animal del que procede la algalia, la secreción olorosa extraída de sus glándulas perianales, sin embargo, es frecuente encontrar de forma genérica el término civeta para referirse a la algalia, especialmente en perfumería, debido a que en varios idiomas (inglés, francés, alemán…) algalia es civeta. Shakespeare menciona al gato civeta en *Como gustéis* (1599), Acto III, escena 2, como la fuente "sucia" de los perfumes de los cortesanos: "La algalia [civeta] es de más baja estirpe que la brea: es una asquerosa secreción de un gato".

126 . La peste negra o muerte negra fueron algunas de las acepciones que se dieron a la pandemia mundial de peste bubónica a causa de la bacteria *Yersinia pestis*, que asoló Eurasia en el siglo XIV. Su origen se sitúa en China, por ser la zona geográfica donde más cantidad de *Yersinia pestis* se halló.

127 . Véase epígrafe "India: el mundo perfumado de brahmanes y maharajás", en el capítulo 3.

128 . *Seraglio* o serrallo, del turco y persa, "patio cerrado para esposas y concubinas del harén", fue propio del Imperio otomano, muy vinculado al palacio Topkapi, residencia de los antiguos sultanes otomanos. Se refería al espacio privado de la casa, íntimo y oculto, reservado para el placer del sultán.

129 . Entendemos que se trata de "arcillas" en la época, posiblemente procedentes de Egipto o Armenia. En la actualidad, esos barros o arcillas siguen formando parte del ritual del *hammam*, pero provenientes del Atlas marroquí bajo el nombre de *ghassoul*, con el que se hacen emplastos capilares para limpiar y aportar vigor al cabello.

130. Posiblemente piedra pómez, un fragmento de roca volcánica muy ligera de peso y muy porosa que por su especial textura pule las asperezas de la piel sin dañarla.

131 . Se puede entender agalla como algalia, ya mencionada, o *ghaliya*, la mezcla que se hacía con aceite de beleño que, en ocasiones, adquiría un tono negruzco.

132 . La peste negra de 1347 entró en Europa probablemente a través de Sicilia, cuando fue transportada

por cuatro barcos de grano genoveses que navegaban desde Caffa, en el mar Negro. La ciudad portuaria había sido asediada por los tártaros-mongoles que habían catapultado cadáveres infectados hacia la ciudad, y fue allí donde los italianos se contagiaron. Otro origen se piensa que fue el de los comerciantes mongoles que utilizaban la Ruta de la Seda y que habían traído la enfermedad desde su lugar de origen en Asia central, identificándose específicamente a China como origen del foco, tras los estudios genéticos realizados en 2011. A finales de 1349, la enfermedad había sido transportada a lo largo de las rutas comerciales hacia Europa occidental: Francia, España, Gran Bretaña e Irlanda, todos fueron testigos de sus terribles efectos. La peste se extendió como la pólvora y hubo brotes en Alemania, Escandinavia, los países bálticos y Rusia entre 1350 y 1352.

133 . El vocablo es de origen mozárabe y alude a la ciudad de Córdoba, famosa por sus curtidos y por todo tipo de artesanías en cuero. En España, la técnica se desarrolló trabajando la piel con repujados o labrados, sobre todo durante la Edad Media y alcanzó su mayor difusión y renombre durante los siglos XVI y XVII, siendo objeto de gran exportación.

134 . Hubo otros métodos de *enfleurage*, como en India, que sustituían la materia grasa, que solía ser grasa animal, de cerdo o buey, por semillas de sésamo, que contienen en su interior un rico aceite de extraordinarias cualidades medicinales además de una ventaja: ese aceite era excepcional para extraer el aroma, por ejemplo, de las rosas. Dejaban las flores, pétalos o plantas de las que se quería extraer el olor entre tandas de semillas, hasta que estas estuviesen bien empapadas de aroma, luego se prensaban y el aceite resultante ya estaba aromatizado. También hubo otras formas rudimentarias, como embeber algodones en alcohol y mezclarlos con la materia aromática, normalmente pétalos de flores que no se dejaban destilar bien, dejándolos durante varios días en los que se debía cambiar la tanda floral, hasta que estuviesen bien impregnados, se prensaban los algodones y se extraía el líquido aromático.

135 . No parece clara la reseña al áloe en este caso, si se refiere al agar o madera de aloe, como hemos venido reseñando desde el capítulo 1, que tiene muy buen aroma, pero no parece estar tan claro su “buen sabor”; o al áloe o sábila, según la RAE, “planta perenne de la familia de las liliáceas, con hojas largas y carnosas, de las cuales se extrae un jugo resinoso y muy amargo que se emplea en medicina”, siendo las más conocidas las variedades vera y ferox, que no tienen ni buen olor ni buen sabor, pero sí son endémicas de Centroamérica y América del Sur.

136 . Se entiende que se refiere al olíbano, del género Boswellia, habitualmente llamado incienso en España.

137 . *Historia general de las cosas de la Nueva España (entre 1540-1585).* Libro II, *De las Ceremonias, Sacrificios y Solemnidades*.

138 . La madera de guayaco, guayac o *guaiacwood* es otro de los grandes ingredientes de la perfumería actual. Se suele confundir con el rico palo santo por su aroma profundo y ligeramente especiado, pero son dos especies con compuestos químicos y aromas diferentes. Tiene tal densidad que se hunde en el agua debido a su riqueza en aceites y resinas, por ello es tan valorada. Oriunda del Gran Chaco (Paraguay), el “bosque impenetrable” por su densa biodiversidad y difícil acceso, el segundo bosque más grande de América Latina. Su combinación inusual de suelo y clima ha creado una biodiversidad única con algunas plantas nativas que no existen de forma endémica en ningún otro lugar del mundo, como el guayaco.

139 . Charles Plumier, un botánico francés del siglo XVII, dio el nombre de *Plumeria* a la especie de planta, pero un estudio muestra que un sacerdote español, Francisco de Mendoza, fue el primero en identificar la planta en 1522 al preparar un manuscrito que explicaba las propiedades medicinales de las plantas locales y cómo fueron utilizadas por la población azteca.

140 . Este trabajo ha sido realizado dentro del marco de los proyectos de investigación I+D+i, “Al-Ándalus, arte, ciencia y contextos en un Mediterráneo abierto. De Occidente a Egipto y Siria” y “Transferencias artísticas en la península ibérica (siglos IX a XII), recepción de la cultura visual islámica en los reinos cristianos”, financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España. Este texto ha servido de gran ayuda para entender el perfume en la España andalusí y más concretamente referido a la algalia, aunque no haya sido citado textualmente en el apartado correspondiente.

141 . En la actualidad, se puede disfrutar del perfume L’Orangerie du Roy, gracias al nariz Bertrand Duchaufour, que ha recreado lo que podría ser el jugo predilecto del Rey Sol, con notas cítricas y hierbas aromáticas, descansando sobre un fondo de pachulí, vetiver y musgo de roble, por el proyecto

“Historiae” (historiae-secrets.com), que pretende rescatar recetas del pasado para convertirlas en composiciones del presente con reminiscencias históricas.
142 . Valmont de Bomare, *Diccionario Universal de Historia Natural* (1769).
143 . El nombre del Hôtel de Rambouillet proviene de Catherine de Vivonne, marquesa de Rambouillet, hija del diplomático francés Jean de Vivonne, marqués de Pisani, que mantuvo un salón literario de 1607 hasta su muerte en 1665. Conocido en otros tiempos con el nombre de Hôtel de Pisani, estaba situado cerca del palacio del Louvre, en el lugar ocupado hoy en día por el Pavillon Turgot del museo. El salón de Catherine de Vivonne, “la incomparable Arthénice” (anagrama de Catherine, uso muy en boga en la moda literaria de la época), fue una de las personalidades femeninas más señaladas y brillantes de su época. De estas recepciones surgirán las mujeres que más se implicarán de modo activo en la revuelta de la Fronda, cuando recibieron el apelativo de Amazonas.
144. De similar andamiaje, en España se estilaron los chichisbeos o petimetres, de exacerbado amaneramiento.
145 . El polvo a la mariscala fue una receta para empolvar y perfumar pelucas que se puso muy de moda entre las damas de Versalles. La mariscala D’Aumont, autora de tan ilustre cosmético, perfeccionó una receta a base de iris y rosas que todas las cabezas aristocráticas se enorgullecían de llevar. Al parecer, su aroma era muy persistente dejando una estela empolvada de larga duración por las estancias de palacio.
146. María Antonieta nunca volvió a viajar sin su Bouquet du Trianon, hasta el punto de que el perfume fue encontrado entre sus efectos personales cuando ocurrió la tragedia de Varennes. Incluso en los momentos más dramáticos de su vida, la reina permaneció apegada a la magia de los ramos de Trianon.
147 . El pintor y artista decorativo checo Alfons Mucha fue uno de los máximos exponentes del *art nouveau* en las últimas décadas del XIX. Interesado en el esoterismo y la masonería, declaró que pensaba que el arte existía para transmitir un mensaje espiritual y nada más. Sus obras son míticas, hasta el punto de asociar el estilo del *art nouveau* con el estilo único de Mucha. Realizó numerosos carteles e ilustraciones para promocionar el arte de la perfumería a finales del XIX y principios del XX, en plena *belle époque*.
148 . La expresión latina *horror vacui* (‘miedo al vacío’) se emplea en la historia del arte, especialmente en crítica de la pintura, para describir el relleno de todo espacio en blanco de una obra de arte. Se dio en el arte bizantino, el Barroco (especialmente el Rococó) y el diseño de interiores de la época victoriana.
149. Quien no recuerde la historia del exquisito *frangipane*, que retroceda al capítulo 4 “Los mil y un perfumes”, apartado “A la ‘conquista’ de nuevos exóticos”.
150. La Restauración fue el periodo de la historia de Francia comprendido entre la caída de Napoleón Bonaparte en 1814 y la Revolución de julio de 1830, durante el cual la Casa de Borbón volvió a ocupar el trono francés.
151 . La casa de perfumes Lubin se fundó en 1798, y Pierre François Lubin se convirtió en el perfumista oficial de la corte de Versalles. Sus creaciones perfumaron a la aristocracia francesa durante más de 200 años, y a día de hoy la *maison* sigue en pie ofreciendo sus fórmulas sofisticadas, refinadas y complejas.
152 . El desarrollo de la prensa femenina comenzó en la segunda mitad del siglo XVII. La primera fue *Mercure Galant* (1678), considerada la primera revista que publicó en su suplemento trimestral *Extraordinaire* las primeras noticias sobre moda. A partir de esas publicaciones, se empieza a forjar no solo el estilo de las damas, sino a divulgar sugerencias sobre cómo debían comportarse, cómo perfumarse o maquillarse, para estar “bien consideradas” pero, sobre todo, para “gustar al marido”. En el siglo XVIII aparecieron nuevos títulos como el *Journal des Dames* o *Annales de l’éducation et du sexe*. En el XIX hubo una división entre las revistas que retrataban la imagen tradicional del ama de casa y las que tenían una vocación más feminista. Esta dualidad se observa tanto en los periódicos franceses como en los ingleses. En España triunfaron *El bello sexo* (1821), *El Periódico de las damas* (1822), *El Iris del bello sexo* (1841), *El Correo de la moda* (1851) y *Álbum de señoritas* (1852). En América surgieron *Harper’s Bazaar* (1867) y *Vogue* (1892), vigentes a día de hoy, como cabeceras editadas por los grupos editoriales Hearst, en el caso de la primera; o Conde Nast, la segunda.
153 . *Bon Ton*, año XII, 1º tomo, 19ª entrega, 15 de marzo de 1846, p. 147.
154 . Más información en historia-arte.com.
155 . No debe confundirse con el mapacho (*Nicotiana rustica*), una variedad con mucha más potencia, igualmente en formato polvo para ser inhalado, que también recibe el nombre de rapé, habitual en el contexto de ceremonias de sanación chamánicas y amazónicas. Se la considera una planta maestra,

venerada y respetada por las tribus indígenas por su acción enteógena de elevación de conciencia, por lo que nunca se debería usar en entornos lúdicos.

156 . La fórmula original de Crêpe de Chine, así como otros grandes clásicos y perfumes míticos de la historia, se encuentran "a buen recaudo" gracias al celo y buen hacer de algunos perfumistas y amantes del perfume. En 1999, Jean Kerléo (perfumista de Jean Patou en la década de los 60) fundó la Osmothèque, un archivo de fragancias en Versalles (Francia), que alberga una vasta colección de fragancias de diferentes épocas y regiones. Como director de la Osmothèque, supervisó y amplió la colección, centrándose en la reconstrucción de perfumes antiguos y perdidos.

157 . Rallet, fundada en 1843 en Moscú por Alphonse, se convirtió en 1900 en el principal fabricante ruso de perfumes, jabones y cosméticos finos, además de ser proveedor oficial de las cortes reales de Rusia, Persia y Montenegro. En 1896, Chiris de Grasse compró Rallet. En 1920, el director técnico de Rallet, Ernest Beaux, creó una serie de perfumes para Gabrielle Chanel, uno de los cuales era el Nº 5. En 1926, Rallet fue vendido a François Coty, iniciando ese tejemaneje constante de la perfumería del siglo XX.

158 . La abadía de Aubazine fue el lugar donde se desarrolló la infancia de Gabrielle Chanel tras morir su madre, una abadía cisterciense del siglo XII, situada entre Brive-la-Gaillarde y Tulle, próxima al corazón de Francia, que siempre inspiró a la diseñadora.

159 . Inspirado en la obra de teatro de Alejandro Dumas *Le Demi-Monde*, el apelativo se atribuyó a cierta clase de mujeres galantes. En la Francia del siglo XIX, la *demi-mondaine* era una mujer cuya condición oscilaba entre la de prostituta de lujo y la de amante mantenida por los parisinos adinerados.

160. El revolucionario envase de Shocking de Elsa Schiaparelli siguió las líneas de los frascos *taille de guêpe* (de cintura de avispa), también utilizado para Femme de Rochas (1944), creada por el maestro Edmond Roudnitska y de nuevo inspirado en el busto de Mae West. Décadas más tarde, fue retomado por el diseñador Jean Paul Gaultier con Classique (1993), en referencia a la silueta femenina "reloj de arena" potenciada por los apretados corsés que exageraban el busto y estrangulaban el talle, al estilo de la actriz Polaire cuya cintura llegó a medir 35 cm.

161 . El acorde Cuir de Russie se centra en la resina de abedul con la que se curtía el cuero por artesanos eslavos, haciéndolo mucho más resistente, impermeable, imputrescible y repelente de insectos. Se llamó "piel imperial", indisociable de la corte de los zares rusos. También se dice que los militares rusos lustraban sus botas con resina de abedul, de ahí ese aroma inconfundible, coriáceo, amaderado y cálido. Cuir de Russie es la quintaesencia del olor a cuero. Estos acordes coriáceos suelen estar compuesto por musgo de roble, alquitrán de abedul, pachulí, absoluto de tabaco, notas ahumadas de maderas quemadas y regusto dulzón, especiado. No solo se emplea como acorde para incorporar a algunas creaciones como Miss Dior, sino también como tema central de las composiciones, como Cuir de Russie de la gama Les Exclusifs de Chanel, Bandit de Rober Piguet (1944), Doblis de Hermès, Jolie Madame de Balmain o Diorling de Christian Dior.

162 . La extracción por CO_2 supercrítico es una de las tecnologías de la perfumería moderna que permite extraer las moléculas aromáticas del ingrediente gracias al dióxido de carbono en estado supercrítico (entre líquido y gas). Es uno de los procesos más respetuosos con el medioambiente y el ingrediente, y permite reproducir el aroma de las materias primas con la mayor precisión y todos sus matices.

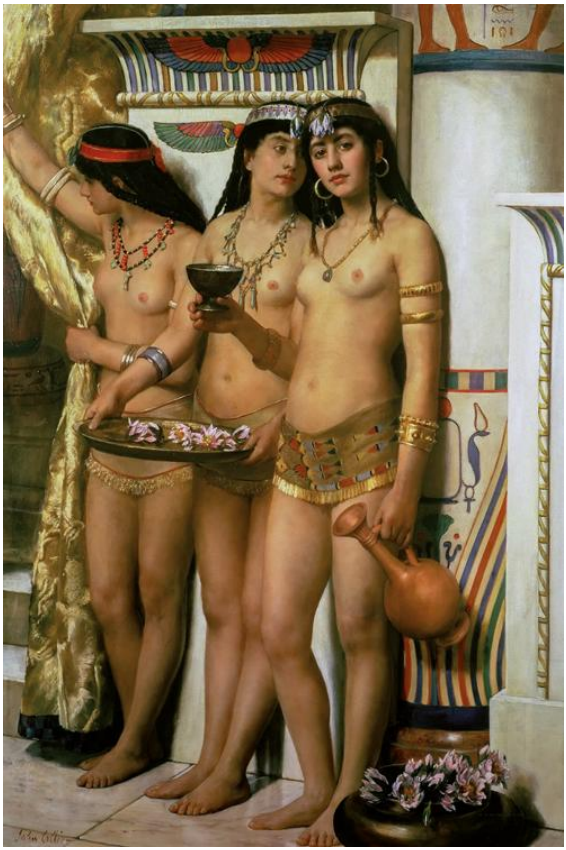
163 . HeadSpace, o tecnología de espacio de cabeza, fue diseñada en la década de los setenta y supuso un gran avance en perfumería por ser capaz de extraer el aroma de ciertas flores que no se podía obtener mediante destilación, quedando como única alternativa la antigua técnica de *enfleurage*, un método arduo, lento y costoso. Con HeadSpace no solo se puede capturar el aroma real de la flor en un momento preciso (por ejemplo, el instante exacto de su floración) sin necesidad de cortarla, sino de todos los matices y partículas olorosas que la circundan, atrapando momentos fugaces de su entorno que no podrían haber sido apresados de otro modo, por lo que algunos lo denominan hiperrealismo olfativo. Se obtiene colocando una campana de vidrio sobre la flor a la que se inyecta un gas inerte que atrapa el olor real en este instante. Posteriormente, mediante cromatografía de gases, se descifran todas las moléculas olorosas del ingrediente y su entorno, como el DNI de la flor, permitiendo reconstruir fielmente su aroma. El químico suizo Roman Kaiser, pionero en utilizar esta técnica, consiguió caracterizar así los olores de toda una selva tropical. En la actualidad, los grandes grupos fabricantes de ingredientes para perfumería, como Givaudan, Firmenich o Mane, tienen sus propios métodos patentados basados en

HeadSpace: Scent Trek, Nature Print o Jungle Essence, respectivamente. El perfumista Nicolas Chabot, centrándose en esta tecnología, ha lanzado una línea de siete fragancias o “experiencias olfativas”, bajo el nombre de HeadSpace Parfums, abriendo el camino de una alta perfumería poética de autor que restaura lo incapturable, según expresa la propia marca.

FOTOS

Fieles en un santuario budista, Ernst Rudolf

Las doncellas del faraón, John Collier (1883)



Una mujer griega, Lawrence Alma Tadema (1869)

Una dama vestida de turco y su sirviente, Jean-Étienne Liotard (1750)

Una tienda de perfumista en Bombay, Edwin Lords Week (circa 1882)

El alquimista, Joseph Leopold Ratinckx (1937)

El señor y la señora Lavoisier, Jacques Louis David (1788)

Lavanda fresca, William Henry Margetson (1909)